



UNIVERSIDAD
DEL AZUAY

FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTE
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

PROYECTO DE GRADUACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE DISEÑADOR GRÁFICO

DISEÑO DE UN PRODUCTO EDITORIAL INTERACTIVO PARA EL APRENDIZAJE DE TRATAMIENTOS HOLÍSTICOS EN MUJERES VÍCTIMAS DE VIOLENCIA DE GÉNERO

AUTORAS: SAMANTHA MARMOLEJO | BELÉN NEIRA
DIRECTOR: JHONN ALARCÓN

2020
CUENCA - ECUADOR





AUTORAS:

Samantha Mahrmolejo
Belén Neira

DIRECTOR:

Jhonn Alarcón

DISEÑO & DIAGRAMACIÓN:

Samantha Marmolejo
Belén Neira

FOTOGRAFÍA E ILUSTRACIONES:

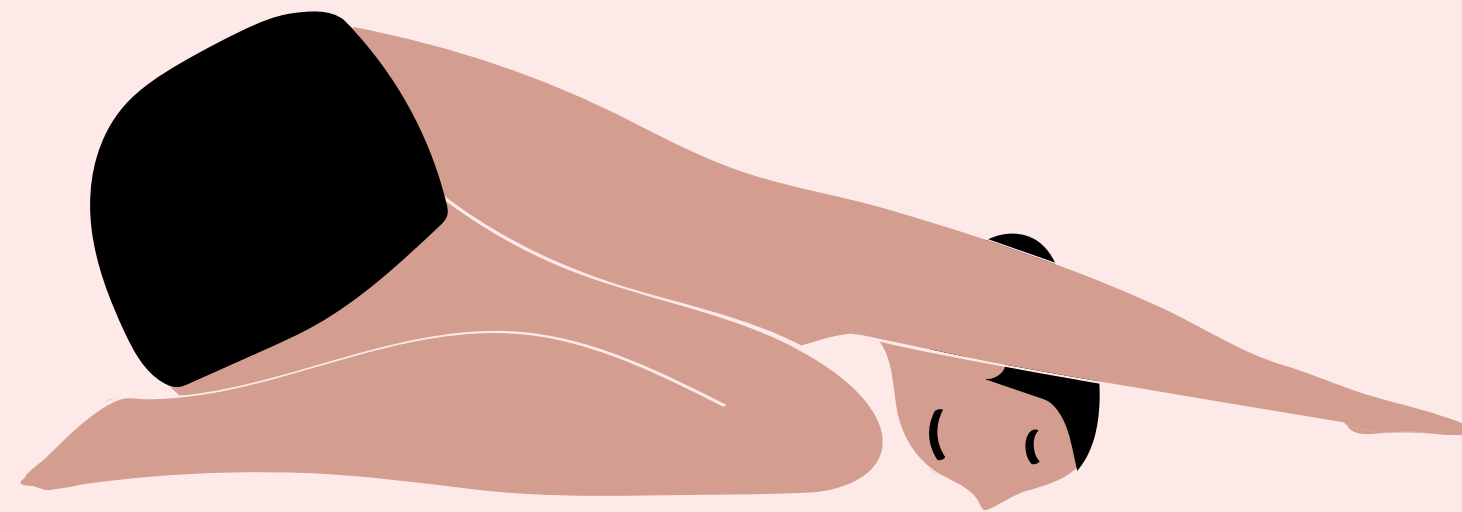
Propiedad de las autoras a excepción de
aquellas que contienen su respectiva cita

CUNECA-ECUADOR
2020



DEDICATORIA

A quienes seremos en un futuro.
Al yoga, a la meditación, al arte que han sido nuestros
mejores maestros para que este proyecto esté lleno de
BUENAS VIBRAS.



AGRADECIMIENTO

A nuestros padres
Fanny, Chicho, Laly, Javier

A nuestros tutores
Jhonn, Paúl, Fabián

A nuestros amigos
Ferch, Marie, Paulita

A mi compañera y compinche, Sami.
Te agradezco con el corazón por acompañarme en
esta etapa de la vida.
-Belén

A este proceso en el que me he encontrado con mi
hermana del alma, Belén.
Te agradezco por alegrarme los días y por todo lo que
he aprendido de ti.
-Sami





ÍNDICE

Dedicatoria	4
Agradecimiento	5
Índice	6
Índice de imágenes	7
Resumen	9
Abstract	11
Alcances	13
Objetivos	15
Introducción	17

CAPÍTULO 1

1. Marco teórico	19
1.1 Violencia de género	21
1.2 Casas de acogida	22
1.3 Terapias holísticas	23
1.4 Aprendizaje	26
1.5 Diseño editorial	28
1.6 Diseño centrado en el usuario	32
1.7 La interactividad analógica	34
2. Investigación de campo	36
3. Homólogos	40
Conclusión	43

CAPÍTULO 2

1. Target	46
1.1 Variables de segmentación	47
1.2 Viaje de usuario	47
1.3 Persona design	48
2. Partidos de diseño	49
2.1 Forma	50
2.2 Función	50
2.3 Tecnología	50

3. Plan de negocios	51
3.1 Producto	52
3.2 Precio	52
3.3 Plaza	52
3.4 Promoción	52
Conclusión	53

CAPÍTULO 3

1. Ideación	55
1.1 Diez ideas	57
1.2 Tres ideas	59
1.3 Idea final	61
2. Proceso creativo	62
2.1 Contenido	63
2.2 Bocetación	64
2.3 Digitalización	66
2.4 Definición de sistemas	68
2.5 Pruebas de interactividad	70
Conclusión	71

CAPÍTULO 4

1. Producto final	73
2. Validación de expertas	74
3. Validación de usuarias	89
Conclusión	94
Aplicaciones generales	97
Conclusiones	104
Recomendaciones	105
Bibliografía	106
Anexos	108

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1-	https://loquenosune.org/tag/noalaviolenciacontralamujer/
Imagen 2-	https://br.freepik.com/fotos-premium/jovem-mulher-arabe-fazendo-yoga-na-natureza_4152265.htm
Imagen 3-	https://www.sbcgloballogin.com/configure-gmail-to-pull-emails-from-sbcglobal-email-service/
Imagen 4-	http://www.studentshow.com/gallery/28673243/Diseno-Editorial-Doble-pagina
Imagen 5-	http://d-harrison1215-dc.blogspot.com/2013/03/ougd401-from-theory-into-practice.html
Imagen 6-	http://yucatanalmomento.com/10-libros-infantiles-para-inculcarle-a-los-ninos-el-amor-a-mexico/
Imagen 7-	https://www.amazon.com/Art-Gratitude-Meredith-Gaston/dp/1921384107
Imagen 8-	https://www.workman.com/products/steal-like-an-artist
Imagen 9-	https://www.buddhagroove.com/the-celtic-mandala-coloring-kit/
Imagen 10-	http://pagina10.com/web/29-version-de-la-feria-del-libro-en-bogota-un-cuento-imperdible/
Imagen 11-	https://www.buddhagroove.com/the-celtic-mandala-coloring-kit/
Imagen 12-	https://goamiroo.com/collections/art-supplies/products/124-holder-4-layer-portable-pu-leather-school-pencils-case
Imagen 13-	https://www.pinterest.com/pin/861876447423627079/
Imagen 14-	https://www.amazon.fr/NOTEBOOKDOU-papeterie-fournitures-apprentissage-planificateur/dp/B07RM1Q1N7
Imagen 15-	http://www.champanhecomtorresmo.com/2018/09/arte-em-papel-margaret-scrinkl.html
Imagen 16-	https://i2.wp.com/www.bcd-jeux.fr/1103/765.jpg
Imagen 17-	http://unperiodistaenelbolsillo.com/diego-bianki-rompecabezas/
Imagen 18-	https://www.pinterest.cl/pin/359513982745076547/
Imagen 19-	https://fineartamerica.com/featured/lavender-and-burlap-olivier-le-queinec.html
Imagen 20-	https://somoslittle.com/libro-infantil/
Imagen 21-	https://www.buddhagroove.com/the-celtic-mandala-coloring-kit/
Imagen 22-	https://papiroshop.com/moulin-rotly/2353-libro-lupa-magica-las-pequenas-maravillas-3575677112297.html
Imagen 23-	https://cz.123rf.com/photo_98141735_it-s-good-memories-a-bouquet-of-dry-lavender-and-grass-and-books.html
Imagen 24-	https://www.pinterest.de/pin/408068416241086491/



RESUMEN

Según la Organización Mundial de la Salud -OMS- las consecuencias físicas y mentales sobre la salud de mujeres que han sido víctimas de violencia de género, pueden persistir mucho tiempo. Este proyecto tiene la finalidad de ayudar en el desarrollo integral de estas mujeres, para ello se plantea el diseño de un producto gráfico editorial que contenga ejercicios interactivos de arteterapia, meditación y yoga. Además, las usuarias residen en casas de acogida en donde no tienen acceso a medios digitales, lo cual limita la concreción física de la propuesta a elementos analógicos. Se espera que este producto constituya una herramienta que ayude a las víctimas de violencia a superar los traumas adquiridos.

Palabras clave: Diseño gráfico, libro, analógico, autocuidado, feminidad, yoga, meditación, arteterapia, salud mental.



ABSTRACT

According to the World Health Organization -WHO-, the physical and mental consequences on women's health who have been victims of gender violence can persist for a long time. The purpose of this project is to help in the integral development of these women. To this end, we have created an editorial graphic product that contains interactive exercises in art therapy, meditation and yoga. In addition, the users stay in foster homes where they do not have access to digital media, which limits the physical nature of the proposal to analog elements. This product is expected to be a tool to help victims of violence overcome acquired trauma.

Key words: Graphic design, book, analog, self-care, femininity, yoga, meditation, art therapy, mental health.



ALCANCES

Recopilar la información de ciertos tratamientos holísticos dentro de un producto editorial interactivo que incluya un libro y material auxiliar, mediante la ilustración y textos de apoyo que faciliten el aprendizaje del mismo. Los productos se presentarán a manera de prototipo digital.



OBJETIVOS

General:

Apoyar al desarrollo integral de las víctimas de violencia, mediante el diseño de un producto editorial interactivo para el aprendizaje de métodos holísticos de sanación.

Específicos:

Desarrollar un sistema gráfico de ilustración y diseño de material didáctico complementario que faciliten el aprendizaje y práctica de tratamientos holísticos dirigido a mujeres víctimas de violencia.

Desarrollar un producto editorial gráfico que enseñe la práctica de tratamientos holísticos y sus beneficios dirigidos a los casos de violencia de género.



i

i

INTRODUCCIÓN

La razón por la que se ha elegido trabajar con el yoga, la meditación y el arteterapia, es porque han sido prácticas tan sanadoras para las autoras y se busca compartirlas con más personas ya que todos han tenido algo que sanar; pero se ha decidido enfocar en mujeres víctimas de violencia por la desconexión que esta problemática ha creado en ellas y se quiere formar parte de la voz que grita las injusticias provenientes de creencias culturales y sociales. Es por eso que se propone crear, por medio del diseño gráfico, una herramienta que contenga información valiosa que empodere y enseñe a estas mujeres maneras de conectarse con ellas mismas para sanar algo que les ha sido arrebatado por otras personas.

La información gráfica es tan poderosa, que ha cultivado por varios años estereotipos sobre las mujeres, en su mayoría causantes de creencias machistas que han desembocado en violencia de género. Incluso, estos estereotipos han influido tanto en la forma de concebir la imagen que han sido uno de los

principales factores de problemas de salud física y psicológica en las mujeres. Es por eso que se espera aprovechar este poder de los gráficos de forma positiva para cambiar las ideologías sobre cómo se “debería” ver una mujer, mientras se comparte información sobre prácticas que trabajan con el cuerpo, mente y espíritu. Además, se busca establecer una conexión con la naturaleza, que es algo tan necesario y sanador tanto para los humanos como para la madre tierra que nos sostiene.

Se espera que la resolución de este proyecto de diseño gráfico aporte al desarrollo integral de las víctimas de violencia de género de manera atractiva e interactiva, empezando por las mujeres que han decidido buscar ayuda dentro de la Casa María Amor en la ciudad de Cuenca, Ecuador que es donde se establecerán las bases de efectividad del producto editorial. Se confía en que este, pueda llegar a más Casas de Acogida a lo largo del país para compartir esta información real y útil, ya que podría ayudar a más personas de las que se piensa.



CAPÍTULO 1



1. MARCO TEÓRICO

El objetivo de este proyecto es fomentar, a través del diseño editorial, el aprendizaje de tratamientos holísticos en el desarrollo integral de las mujeres víctimas de violencia, para lo cual se tomarán las siguientes teorías y definiciones que serán útiles en el desarrollo de la investigación:

i

i

1.1 VIOLENCIA DE GÉNERO

La Organización Mundial de la Salud define a la violencia como el uso intencional de la fuerza física y amenazas contra uno mismo, otra persona, un grupo o una comunidad que tiene como consecuencia un traumatismo, daños psicológicos, problemas de desarrollo o la muerte. Existe una multiplicidad de formas en las que ésta se presenta, pero debido a creencias y costumbres culturales y sociales, el sexo femenino se ve amenazado por esta problemática a gran escala dando lugar a la violencia de género que es de las más comunes y afecta a la mujer solo por el hecho de serlo (OMS 2020).

La violencia de género se puede presentar por medio de distintos núcleos, pero en todo el mundo casi un tercio (30%) de las mujeres refieren haber sufrido alguna forma de violencia por parte de su pareja. Existen varios factores como el bajo nivel de instrucción, historial de maltrato infantil, violencia intrafamiliar, uso nocivo del alcohol, la existencia de normas sociales que privilegian a los hombres y un acceso reducido de empleo remunerado para el sexo femenino (OMS 2020).

Las creencias de control sobre la mujer están presentes en todos los países a menor o mayor escala y repercuten en graves problemas sobre su salud física, mental y sexual. El Dr. Etienne Krug, Director del Departamento de Prevención de la Violencia y los Traumatismos y Discapacidad de la OMS, relata su experiencia como médico en El Salvador, Mozambique, Nicaragua y el Sudán donde fue testigo del impacto devastador de la violencia de género. “Esos países se encontraban entonces en medio de guerras, pero muchos de los pacientes que traté en los hospitales rurales eran niños víctimas de abusos, mujeres golpeadas por sus parejas” (Krug, 2014).

En su mayoría, las consecuencias se mantienen a largo plazo y estas mismas imposiciones culturales crean pensamientos en las mujeres de que ellas son las culpables, pues afirman que sienten menosprecio por sí mismas tras haber sufrido un abuso, además les cuesta diferenciar el comportamiento sexual del comportamiento afectuoso para mantener límites apropiados y rechazar insinuaciones no deseadas (OMS, 2013, pág. 5).

La prevención de la violencia de género es primordial, pero trabajar en el desarrollo integral de las víctimas es indispensable, ya que con la ayuda necesaria pueden conllevar los impedimentos causados por los abusos. Este es el objetivo de las casas de acogida que ofrecen acompañamiento en distintos ámbitos a las mujeres junto con sus hijos para que puedan alejarse del ambiente de violencia y puedan sanar de manera integral.



1.2 CASAS DE ACOGIDA

Las Casas de Acogida para mujeres que viven violencia desarrollan una tarea solidaria y asumen una responsabilidad desde la protección y la atención especializada. En el Ecuador, existen cinco casas que acogen a todas aquellas mujeres, con sus hijos e hijas, que salen de sus casas huyendo de maltratos y que no tienen a donde ir (Acogida, 2012, pág. 23).

Así se presenta el concepto de casa de acogida según el Modelo de atención de Casas de Acogida para Mujeres que Viven Violencia (2012). Esta, es una red que se ha construido colectivamente como un espacio articulado de diálogo sobre conocimientos, aprendizajes y experiencias entre quienes la conforman, para la atención integral, la protección y la restitución de los derechos humanos de las mujeres sobrevivientes de violencia (Acogida, pág. 32).

La Casa María Amor es una de las integrantes de la red, que ofrece sus servicios dentro de la ciudad de Cuenca. Su enfoque gira en torno a la responsabilidad social ya que pretende devolver la confianza en la vida acompañando los procesos de sanación de las víctimas, basados en los ejes de empoderamiento, autoestima, autonomía y participación; pero teniendo en cuenta que las Casas de Acogida son solamente un paso en el proceso individual de cada mujer.

En la actualidad es indispensable un enfoque integral en el que se deben integrar los conocimientos de varias disciplinas para ver y actuar globalmente (Acogida, 2012, págs. 45-47). Es por eso que se propone implementar terapias de la medicina holística ya que esta se considera una forma muy eficaz complementaria a la medicina tradicional.

1.3 TERAPIAS HOLÍSTICAS

Holístico es un adjetivo que muestra que algo es relativo o pertenece al holismo. Este último indica que un sistema y sus propiedades se analizan como un todo, de una manera global e integrada. El Centro Nacional de Salud Complementaria e Integrativa presenta a la salud integrativa como un acercamiento holístico para el bienestar centrado en la persona, mas no a la enfermedad, por medio de terapias que trabajan desde el cuerpo y la mente (NCCIH, 2019).

La realidad es que mucha gente no presta atención a su propia salud hasta que surge algún problema y el enfoque holístico busca ayudar al paciente, quizás por primera vez en muchos años, a analizarse a profundidad, su estilo de vida, sus estados mentales, actitudes y necesidades físicas (NCCIH, 2011, págs. 2-3). El holismo ofrece una infinita variedad de prácticas que trabajan en distintos ámbitos; para el desarrollo de este proyecto enfocaremos los conceptos de la mente y el cuerpo, con las técnicas de yoga, meditación y terapias creativas relacionadas con el arte.



YOGA

El yoga es una práctica espiritual antigua proveniente de la India, pero se ha popularizado como una forma de promover el bienestar mental y físico. Estudios han demostrado varios beneficios de la práctica de yoga para aliviar el estrés y dolores físicos, controlar la ansiedad o síntomas depresivos asociados a situaciones difíciles de la vida, mejorando la salud emocional, mental y física para llevar un estilo de vida de calidad (NCCIH, 2019). El yoga, según el glosario del Self Realization Fellowship (2020), proviene del sánscrito *yuj* que significa unión, refiriéndose a la unión entre el cuerpo, alma y espíritu (pág. 13), siendo, las posturas físicas, solo una pequeña parte de la práctica verdadera del yoga, es decir, el entendimiento y dominio completo de la mente (Satchidananda, 2013).

Patánjali, considerado el padre del yoga, ha desarrollado los ocho pasos o sūtras que preparan al cuerpo y a la mente para la “iluminación”. Estos pasos son representados en un árbol ya que se los interpreta como las ramas del yoga (Surf, 2016).

MEDITACIÓN

La organización Self Realization Fellowship afirma que la auténtica meditación (dhyana) consiste en experimentar conscientemente a Dios mediante la percepción intuitiva logrando una concentración firme sin perturbaciones sensoriales provenientes del mundo externo (2020, pág. 5). A pesar del contexto religioso de esta práctica, muchas personas la realizan con propósitos únicos de salud y bienestar, que pretenden cultivar el control de la atención y aumento de la conciencia en los pensamientos, sentimientos y sensaciones. Los principios de la psicología de William James publicado en 1890, explica que la facultad de regresar la atención frente a pensamientos divagantes varias veces, es la raíz del juicio, el carácter y la voluntad. Esto se ve reforzado con datos científicos actuales que muestran numerosos cambios biológicos que ocurren en el estado meditativo, asociados con variaciones en la función eléctrica del cerebro (NCCIH, 2010).



El Dr. Richard Davidson, fundador del “Center for Investigating Healthy Minds” en una entrevista para la NCCIH, afirma que todo tipo de meditación se enfoca en entrenar la atención de una forma u otra (2017). Este proyecto se manejará con el ejercicio “mindfulness” que significa atención plena, por medio de la respiración consciente.

ARTETERAPIA

Este proceso psicoterapéutico trata de una colección de diversas prácticas fundamentadas en la sanación mediante la creación, siendo el arte el medio principal de expresión y comunicación. La creatividad es una facultad universal propia de cada individuo a menudo oprimida por la vida social y la educación (NHS, 2020). No se necesita ser un artista para practicar el arteterapia, el único requisito es ser honesto con uno mismo y con los sentimientos propios, para así desatar la creatividad innata. Además, estudios demuestran que la creación de arte libera dopamina que es un químico neurotransmisor de felicidad ya que se genera cuando se realiza una actividad placentera (Cohen, 2018).

Una forma de trabajar arteterapia que ha tomado fuerza en los últimos años es a través de mandalas. La palabra mandala es de origen sánscrito y significa «círculo sagrado». Los más conocidos provienen del budismo tibetano, pero incluso los encontramos en la naturaleza que nos rodea, al ver una flor podemos observar como desde el centro brotan los colores en forma de pétalos. Katharina Widmer (2013), arteterapeuta gestáltica, confirma que “cuando pintamos o creamos mandalas con nuestras manos entramos profundamente en contacto con este ritmo de expansión y concentración” (pág. 1). Desde esta forma circular y cíclica, la mandala se convierte a la vez en el mapa para encontrar la fuente del bienestar.

Estas tres prácticas se complementan a manera de trabajar sobre el individuo desde la mente, cuerpo y espíritu, permitiendo incidir en la parte física, psicológica y creativa. A continuación se estudiarán los conceptos sobre aprendizaje para lograr compartir correctamente estas prácticas complementarias.



1.4 APRENDIZAJE

Según la teoría de Bandura (1977), los seres humanos somos procesadores activos de información ya que el aprendizaje es todo conocimiento que se adquiere a partir de las cosas que se vive a diario. Aprender significa adquirir el conocimiento de algo por medio del estudio o de la experiencia, permitiéndonos comprender nuestra realidad y adaptarnos a los distintos cambios a fin de poner en práctica nuevos conocimientos. De esta forma el elemento social puede dar lugar al desarrollo de un nuevo aprendizaje entre los individuos.

El aprendizaje es una práctica constante, a través de distintos mecanismos que pueden ser intelectuales, procedimentales o físicos (RAE, 2020), con un proceso que debe ser concebido desde la atención, retención, reproducción y motivación como un todo, mas no como un conjunto de normas a seguir. Es necesario recalcar que naturalmente un individuo también vive experiencias negativas, pero esto no quiere decir que dicho comportamiento se deba reproducir. Por esta razón Bandura (1986) en su Teoría Social Cognitiva habla sobre la forma en que aprendemos de nuestras experiencias sociales comenzando por el surgimiento del problema, seguido de la etapa de prueba y error, para finalmente presentar una solución.

Para lograr esta capacidad de toma de decisiones en relación a la conducta sobre distintas situaciones de la vida, la im-

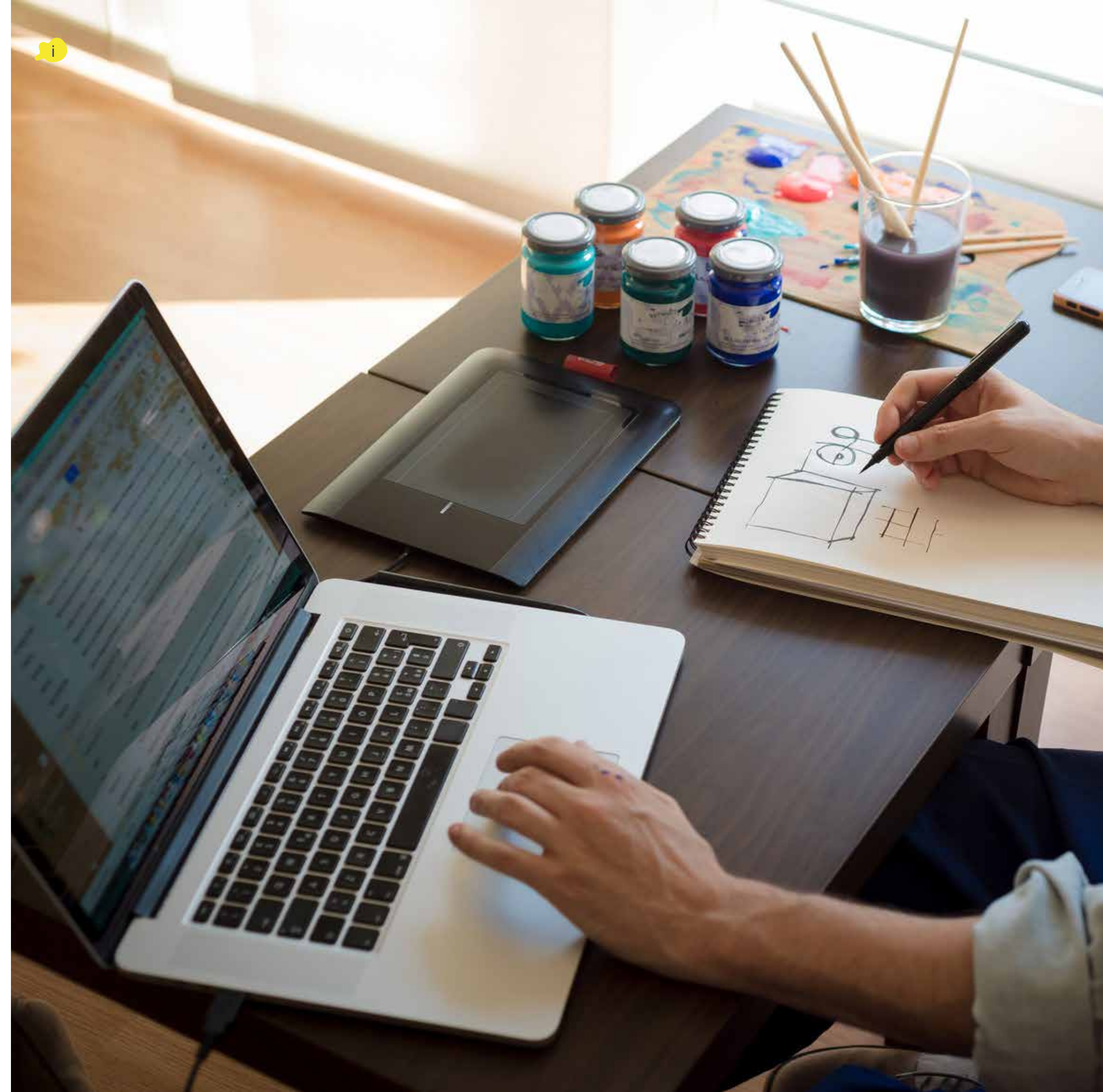
plementación el Aprendizaje Social y Emocional (SEL por sus siglas en inglés) está tomando gran fuerza, pues trabaja sobre el entendimiento y manejo de emociones para el desenvolvimiento personal y en relación a su entorno, con la ayuda de técnicas de meditación y expresión (CASEL, 2019). Cultivar el aprendizaje desde este punto de vista es tan necesario y más aún si la motivación proviene desde uno mismo. Es por eso que este proyecto busca fomentar la el aprendizaje de manera autodidacta.

AUTODIDACTISMO

El autodidactismo es la forma de aprendizaje que consiste en que cada persona es su propio maestro y adquiere los conocimientos por interés propio, a partir de los estímulos disponibles para que el sujeto sea quien educa y es educado, haciendo del aprendizaje una actividad automática. Por lo tanto, podemos afirmar que el autodidactismo es el método que mejor demuestra que el aprendizaje real es posible (Barrón, Flores, Ruiz, & Terrazas, 2010).

“La educación no crea al hombre, le ayuda a crearse a sí mismo” afirma Maurice Debesse, psicopedagogo reconocido por su labor como científico y por su amor y comprensión de lo humano. En su obra defiende la aplicación de los resultados de la psicología a la educación y la superación de las actitudes pedagógicas habituales caracterizadas por el didactismo (Wojnar, 2003, págs. 2-5).

El autodidactismo busca que la persona sea su propia guía, adquiriendo conocimientos por el interés propio. Para ello necesita de elementos que le proporcionen los estímulos y la información de manera clara y atractiva. Este es el papel que cumple el material editorial.



1.5 DISEÑO EDITORIAL

El diseño editorial es una rama del diseño gráfico que se dedica a la diagramación y producción de diferentes piezas. Esta disciplina se considera casi tan vieja como el homo sapiens mismo, desde que el hombre se ha valido de las piedras para expresarse; pero el aumento de la alfabetización, entre otros sucesos de la revolución industrial y la producción en masa, marcan una revolución en el diseño editorial (Cerdá, 2018).

Cualquier publicación que pretenda dotar de expresión y personalidad al contenido, estructurarlo de manera clara y atraer la atención de los lectores, se considera material editorial. Todas estas funciones trabajan de manera cohesionada para lograr un producto final entretenido, útil e informativo (Zapatero & Cadwell, 2014, pág. 10). Para ello se trabajará con el concepto del grafismo funcional, que abarca un conjunto de técnicas que fuera de lo escrito, tiene como objetivo transmitir datos, conocimientos e información. El texto es esencialmente una secuencia lineal, cada letra está determinada por la anterior e influye en la posterior, siguiendo una trayectoria. Por lo contrario cuando se trata de la imagen, el ojo erra libremente por la superficie óptica que esta define. La mirada no está disciplinada por un mecanismo de obligación cultural, como el aprendizaje de la lectura que impone la dirección de la línea al movimiento de los ojos (Moles, 1990, p. 9).

Para lograr correctamente esta unicidad, se debe presentar el contenido de forma ordenada y atractiva. Esto es posible en base al uso de los elementos generales del diseño editorial.

PREMIOS	
NOVIEMBRE 2006 Estados Unidos	Ganadora del Premio Grammy Latino como directora de arte - Mejor diseño de empaque - Categoría de Premio Grammy Latino como directora de arte - Mejor diseño de empaque - Categoría de los Grammy
JUNIO 2007 Argentina	1er. Premio Libro Mejor Diseño y Edición en la Argentina - Categoría de los Grammy - Categoría de los Grammy
OCTUBRE 2012 Chile	Ganadora en la Primera Bienal Nacional de Diseño FADU - "Estructuras para Instalar la mejor música presentada en el Festival 'La Voz del Sur' - Mejor diseño de empaque de música - Categoría de los Grammy
AGOSTO 2013 Chile	Ganadora en el Premio a la Edición 2013 que entrega la Cámara del Libro de Chile - Mejor diseño de empaque - Categoría de los Grammy
NOVIEMBRE 2013 Estados Unidos	Nominada al 5to Premio Grammy Latino como directora de arte - Mejor diseño de empaque - Categoría de los Grammy
SEPTIEMBRE 2014 Argentina	Ganadora del Premio Anual del Círculo de Mujeres Creativas - Categoría de los Grammy

DISEÑO GRÁFICO

LAURA VARSKY

Uno de los desafíos más palpables de todo diseñador gráfico es lograr mantener un enfoque tal, que su voz conviva en armonía tanto con el envase, como con el contenido que le toca comunicar. Y que, a su vez, este ideal se repita exitosamente a través del tiempo, sin perder inspiración ni popularidad. La diseñadora Laura Varsky recorrió este camino y le encontró su propia vuelta: fundamentalmente diseñar primero para ella, y disfrutar después con todos los demás.

Por afilicios varios **GRANFOLIA**

RECONOCIMIENTO

DE LA UBA AL GRAMMY LATINO

Todo empezó a los 16 años, cuando vio un ejercicio de diseño de un amigo de la familia que estaba cursando la carrera. **Lo que sentí de inmediato fue que era maravilloso que eso pudiera significar estudiar y que, incluso, en un futuro, se convirtiera en trabajar.** Así fue que Laura Varsky decidió estudiar diseño gráfico en la Universidad de Buenos Aires, una carrera que le llevó un total de seis años, los que culminaron en su primer trabajo profesional, allá por 1996. Para ganar experiencia en el mundo real y maximizar su tiempo, Varsky dedicó sus veranos de estudiante a hacer pasantías cortas en diferentes estudios de diseño, que le permitieron empaparse de la dinámica que lideraría su vida más adelante en un principio. No es casualidad que tal iniciativa la llevara eventualmente a involucrarse en el diseño de discos de la escena del rock clandestino en sus pagos: "Vivo en el oeste bonaerense, de mi barrio emergieron muchas bandas de rock. **A mediados de los 90, bastantes amigos y vecinos tenían proyectos musicales independientes. Yo era un eslabón más de una cadena de buenas intenciones. Sabíamos poco sobre lo que hacíamos, pero lo hacíamos con muchas ganas.**" Influenciada por el encanto ornamental del Art Nou

veau, el peso conceptual de una mente muy propia y curiosa, el eco de fondo de procesos como Aubrey Beardsley, Mucha, Gustav Klimt, Giambattista Bodoni y Herb Lubalin, pluma en mano y tinta china de por medio, Varsky marchó firme nomás. Entre clases, pasantías y colaboraciones barriales -joven e inexperta, pero llena de entusiasmo-, fue desarrollando ese sexto sentido que no se copia ni se compra y que, a la larga, es lo único que nos genera el motor necesario para saber instintivamente que hay luz al final del

"Lo que sentí de inmediato fue que era maravilloso que eso pudiera significar estudiar y que, incluso, en un futuro, se convirtiera en trabajar".

túnel. "Mi entrada al campo profesional fue a través de un proyecto para la UBA. Se trataba del diseño de un falso disco para la banda Caballeros de la Quema. Ellos lo vieron de casualidad, y así empecé a colaborar con el grupo, y llegué a diseñar mi primer disco editado por un sello discográfico". De a poco, aunque a paso ligero, los diseños de Varsky se abrieron paso hasta caer en las manos del prestigioso músico.



ELEMENTOS DEL DISEÑO EDITORIAL

CUBIERTA

Cuando se trata de diseño editorial, el libro si se juzga por su cubierta ya que es lo primero que el lector visualizará, entonces esta determinará la posibilidad de que abra la publicación para leer el interior. Sin embargo, el diseño de la cubierta no solo consiste en ser bonito, sino también debe comunicar con claridad el contenido (Bhaskaran, 2006, pág. 46).

FORMATO

Es la manifestación física de una publicación. Existen formatos genéricos como para libros, revistas, folletos, entre otros; pero estos pueden variar cambiando elementos específicos como el tamaño, forma o grosor y lograr un diseño personalizado. Además, el presupuesto es un factor determinante en la toma de decisiones que van desde el tamaño del papel hasta la impresión (Bhaskaran, 2006, pág. 52).

MAQUETACIÓN

La maquetación hace referencia a la ubicación del contenido y a cómo se relacionan los elementos que lo conforman entre sí y con la publicación como un todo. Bhaskaran (2006) plantea las siguientes preguntas para definir la maquetación ¿Cómo se imprimirá la publicación? ¿Qué técnica de encuadernación usaré? ¿La publicación tiene que abrirse del todo? ¿Va a leerse muy de cerca? ¿Contiene material de referencia o contenido ficticio? (pág. 60).

RETÍCULA

Una retícula bien planificada puede ahorrar mucho trabajo posterior. Esta se usa para ubicar y contener los diferentes elementos en un mismo diseño, definiendo los parámetros proporcionando flexibilidad en el diseño para asegurar una coherencia visual en la publicación. Sin embargo, muchos diseñadores prefieren romper las reglas de la retícula o basarse solamente en una columna dando un resultado minimalista, pero esto siempre deberá funcionar en base a la cantidad del texto. Si se trata de un texto amplio y complejo, el uso de varias columnas permitirá un resultado más limpio y con coherencia visual. Cabe recalcar que la retícula será invisible para el lector en el resultado final (Bhaskaran, 2006, pág. 64).

JERARQUÍA

En general, cuanto mayor y más dominante sea el elemento, más alta será su posición de jerarquía. Se debe crear una jerarquía visual fuerte y coherente en la que los elementos más importantes destaquen y el contenido se organice de forma lógica para que el lector navegue el texto de forma clara y agradable. Esto se logra según el uso de diferentes tamaños y estilos de fuente, en muchos casos también se utiliza el color para generar orden (Bhaskaran, 2006, pág. 61).



IMAGEN 5

30

CROMÁTICA

“Aprendemos a hacer asociaciones con ciertos colores que permanecen toda la vida con nosotros. Como resultado de ello, los colores pueden tener diversos significados y pueden vincularse a diferentes emociones” anuncia Bhaskaran (2006, pág. 80). El color puede usarse para llamar la atención, destacar u organizar información o provocar una reacción emocional específica, también puede establecer una identidad fuerte. Se debe tener en cuenta que el uso de colores no solo depende de las tintas, existe una amplia gama de opciones para jugar con la creatividad, como por ejemplo el uso de papeles de color.

IMÁGENES

Las imágenes cumplen un papel fundamental en la identidad visual, la forma de usarlas en la publicación depende de varios factores como quién es el público objetivo o qué función tendrán las imágenes ya que en algunas ocasiones la imagen desempeña funciones que el texto no puede (Bhaskaran, 2006, págs. 74-75).

En este proyecto, se trabajará con la ilustración como imagen, siendo ideal para representar el contenido del libro que pretende explicar y enseñar, por eso es necesario que las ilustraciones concuerden visual y conceptualmente con la tipografía y el texto (Kapri, 1985).

ENCUADERNACIÓN

Este es un proceso que implica el montaje físico de una publicación a partir de hojas de papel sueltas, entonces aplica únicamente para publicaciones impresas. La encuadernación puede tener un efecto impactante en su aspecto y función, para ello existen distintas técnicas, las más comunes son: Costado a caballete, encuadernación americana, en espiral, francesa y canadiense.

Por ello se debe tener claro el proceso de producción que es tan relevante como los procesos de diseño. La ejecución de cualquier publicación requiere de un plan de página y la disposición de las mismas en la secuencia y orden en que se imprimirán antes de realizar el corte, plegado y recorte. Incluso esto permite tomar decisiones sobre el color, tipos de papel, etc. La mayoría de las publicaciones se imprimen en secciones de 8 a 16 páginas, en el caso de que no todas las hojas se imprimen a color o en un tipo distinto de papel, esta imposición permitirá al impresor conocer estas excepciones e incluso se pueden reducir costos (Bhaskaran, 2006, pág. 87).

Por consiguiente, se indaga en las principales piezas gráficas para publicaciones analógicas del mundo del diseño editorial.

PIEZAS EDITORIALES ANALÓGICAS

LIBROS

Los libros pueden producirse en toda una variedad de formas, desde grandes formatos atractivos y lujosos o en base a una retícula sencilla cuya prioridad es la legibilidad. Básicamente comprende varias hojas de papel encuadernadas en base al número de páginas, grosor de papel, durabilidad deseada y si el libro debe abrirse por completo. La estructura tradicional comprende: cubierta, páginas de portada, páginas preliminares (índice, introducción, etc), cuerpo principal y materias finales (glosarios, créditos, etc). La cubierta es la encargada de anunciar el producto, por esta razón, su diseño debería enfocarse de la misma manera que una campaña publicitaria (Bhaskaran, 2006, págs. 88-90).

REVISTAS

Son una combinación de texto e imágenes que desarrollan el contenido en base a la política editorial de la revista y su filosofía, identidad y valores. Se publica a intervalos regulares, lo cual brinda la oportunidad de variar el diseño en cada número, pero también se vuelven desechables por definición. Esto provoca un menor tiempo de vida en comparación con los libros, entonces las decisiones sobre los elementos editoriales dependen en gran medida a esta desechabilidad, siempre teniendo en cuenta la calidad del resultado final (Bhaskaran, 2006, págs. 96-97).

PERIÓDICOS

“El contenido del periódico cambia a diario a medida que llegan a la redacción de las últimas noticias, historias o imágenes pero el aspecto general permanece inalterable” (Bhaskaran, 2006, pág. 110).

Esta coherencia general en el diseño se mantiene para conservar su identidad hasta el punto en que la mirada reconoce inmediatamente esta publicación en cualquier estante. El reto de los diseñadores de periódicos es presentar la información de manera exacta, justa y clara; organizando y optimizando el contenido para una fácil orientación. Una vez establecidas las reglas por el diseñador, no deben romperse ya que una estrategia de diseño efectiva permitirá introducir cambios en el contenido sin que afecte su identidad (Bhaskaran, 2006, pág. 110).

FOLLETOS Y CATÁLOGOS

Estos tipos de publicaciones son sobre todo herramientas de marketing, creadas con el objetivo de vender un producto o servicio a un público objetivo y deben diseñarse en base a esta función. Para ello es necesario conocer claramente al cliente, hablando con él a fin de aclarar las necesidades antes de buscar la solución y de ello dependerá la toma de decisiones en cuanto al proceso de producción (Bhaskaran, 2006, págs. 114-115).

Se ha buscado en el mundo del diseño editorial y sus piezas análogas más comunes. Pero para la resolución del proyecto, se debe tomar en cuenta la satisfacción y la mejor experiencia que resuelva las necesidades concretas del usuario final.

31

1.6 DISEÑO CENTRADO EN EL USUARIO

Si el marketing tradicional se basaba en promesas, la experiencia de usuario se basa en hechos. La usabilidad es un atributo de calidad de un producto que se refiere sencillamente a su facilidad de uso. No se trata de un atributo universal, ya que un producto será usable si lo es para su audiencia específica y para el propósito específico con el que fue diseñado.

Afirma Yusef Hassan Montero (2015, pág. 5) en su libro *Experiencia de Usuario: Principios y Métodos*, en el cual habla sobre el diseño centrado en el usuario tomando como principio las dos dimensiones de la usabilidad: la objetiva y la subjetiva.

En la dimensión objetiva influyen los atributos de facilidad de aprendizaje, eficiencia, calidad de ser recordada y la eficacia. En cambio la dimensión subjetiva se basa en la percepción del usuario midiendo la satisfacción del mismo. Lo interesante de esta doble dimensión es que en ocasiones un producto puede ser subjetivamente usable, pero no serlo objetivamente y viceversa ya que, el atractivo visual de un producto hace que el usuario lo perciba como más fácil de usar, aún cuando no lo sea.



IMAGEN 6

UTILIDAD Y USABILIDAD

Estos dos conceptos tienen una relación mutua de dependencia. La usabilidad es el grado en el que el usuario puede explotar o aprovechar la utilidad de un producto, al tiempo que un producto será usable en la medida en que el beneficio de usarlo (utilidad) justifique el esfuerzo necesario.

ACCESIBILIDAD

Si hay una verdad universal acerca de los usuarios de un producto es que todos son diversos funcionalmente. La accesibilidad es un atributo del producto que se refiere a la posibilidad de que pueda ser usado sin problemas por el mayor número de personas posibles, no significa diseñar para todos, ya que los productos suelen estar ideados para audiencias específicas. Diseñar productos accesibles significa asumir la diversidad funcional de su audiencia específica. Un producto accesible es: perceptible, operable, comprensible y robusto, maximizando la compatibilidad con actuales y futuros agentes de usuario.

ARQUITECTURA DE INFORMACIÓN

Significa "El estudio de la organización de la información con el objetivo de permitir al usuario encontrar su vía de navegación hacia el conocimiento y la comprensión de la información" (Wurman, 2015, pág. 13). A pesar de que este término tiene varias dimensiones, se considera a la arquitectura del diseño como el arte, la ciencia y la práctica de diseñar espacios interactivos comprensibles, que ofrezcan una experiencia de uso satisfactoria. A pesar de que la arquitectura de información ha estado durante años fuertemente ligada a los productos web, tanto sus principios como metodologías son perfectamente aplicables a productos interactivos de diferente naturaleza (Montero, 2015, págs. 13-14).

INTERACCIÓN

Al diseñar cualquier interfaz de usuario, se modela, delimita y conduce la interacción del usuario, determinando de qué opciones dispondrá el usuario en cada momento y cómo responderá el producto a cada una de sus acciones, muchas veces se denomina a esta acción como "diálogo", considerando la interacción como un proceso iterativo y cíclico.

A pesar de que los conceptos de diseño de usuario se basan principalmente en la interacción del usuario con un producto digital, estos principios pueden ser aplicados a una interactividad de naturaleza analógica.



1.7 LA INTERACTIVIDAD ANALÓGICA

La interactividad no es una propiedad solamente de un documento digital, sino que también puede formar parte de un soporte analógico como un libro, un periódico, revista, etc. de una manera diferente, pero que de igual forma le permite participar al usuario.

Un producto editorial combinado con la interactividad analógica permite al usuario activar una relación entre el objeto y el lector, y los libros que presentan algunas de estas características buscan ser fuente no solo de conocimiento, sino también de diversión y de exploración de nuevas posibilidades de lectura. Estos libros se caracterizan porque toman herramientas del mundo digital para aplicarlas en el formato impreso y así invitan a renovar la experiencia de la lectura (Escovar, 2018).

A continuación se presentan algunas formas de interactividad basadas en la ingeniería del papel (Literatura, 2016).

Libro con solapas: Una pieza plana, normalmente de cartón duro, que al levantarse o desdoblarse deja a la vista una ilustración oculta.

Libro con lengüetas: La historia narrada y las ilustraciones varían al tirar, deslizar o empujar diversas lengüetas de papel o tela.

Libro túnel o peep-show: Compuesto por dos tapas de cartón en cada extremo que, al abrirlas, el papel del interior se extiende en forma de acordeón dando un particular aspecto de profundidad. Al mirar a través de él, las páginas troqueladas se ven en formato tridimensional

Libro carrusel: Las tapas del libro se abren hasta 360°, dándole aspecto de estrella. Las ilustraciones y textos aparecen sobre el eje que forman los cantos del libro.

Libro Pop-up: El libro, plano mientras está cerrado, guarda en su interior una figura eréctil, que cobra vida al abrirlo.

Libro de imágenes transformables: Pueden ser circulares, horizontales o verticales. En el primer caso funciona mediante discos ilustrados que al moverlos disuelven una imagen en otra. En los otros dos tipos, suele usarse una lengüeta para deslizar las imágenes.

Libro ruleta: Compuesto por discos giratorios que, al moverlos, una página de paso a la siguiente.

Libro lupa: Es un libro con el texto y las ilustraciones pintadas con permanente negro sobre hojas transparentes. Estas hojas se intercalan con cartulinas negras, de forma que el efecto es prácticamente como si no se viera nada, puesto que el negro de las cartulinas esconde el texto y las ilustraciones.

Se ha podido comprender una amplia variedad de como hacer más atractiva a una publicación. Esta interactividad se ha vuelto una gran opción para el aprendizaje por el dinamismo que crea al momento de presentar la información.

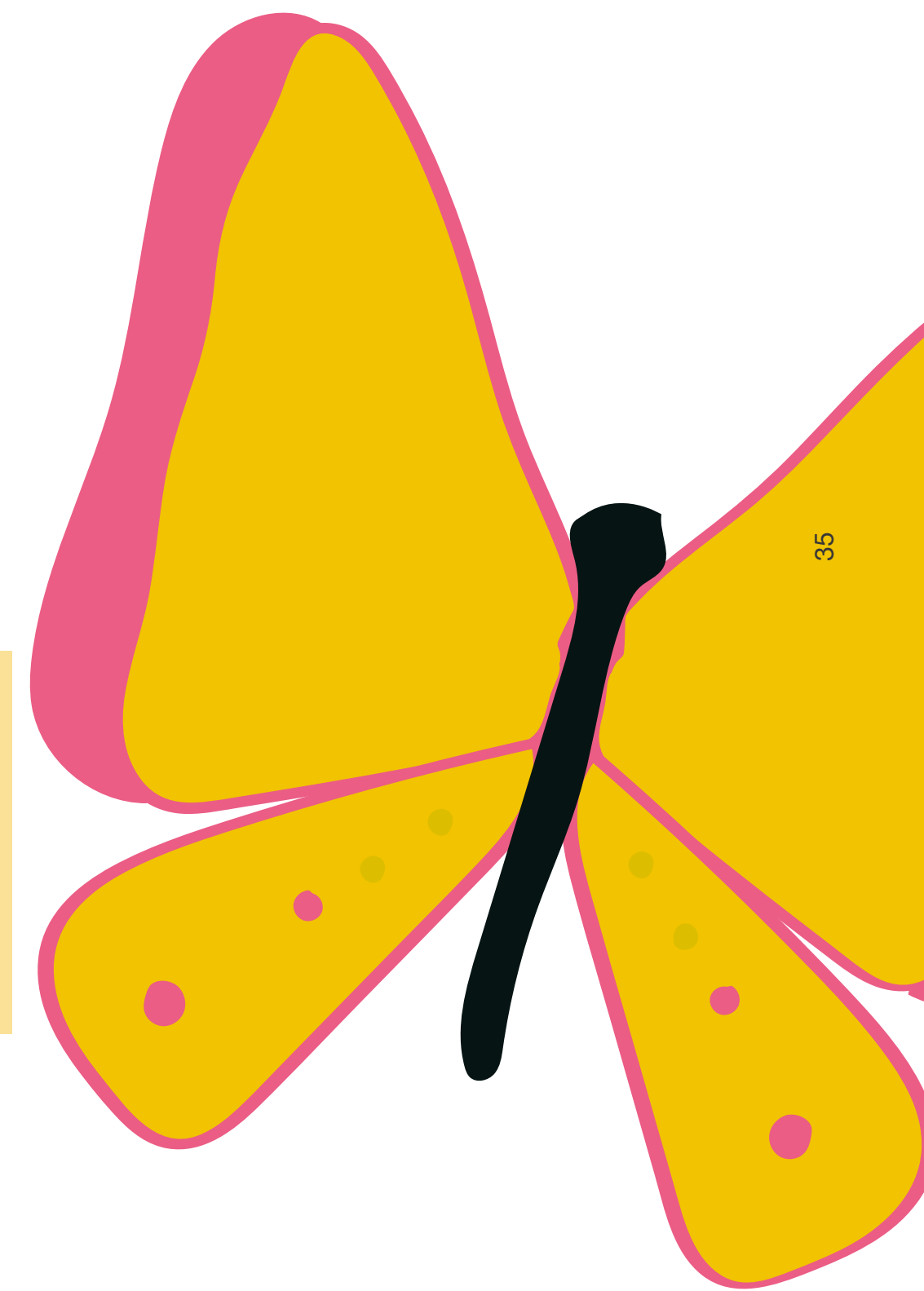


DISEÑO INTERACTIVO EN EL APRENDIZAJE

El diseño interactivo es un campo que se está convirtiendo en una gran herramienta para la configuración de la educación, la comunicación, el comercio y las artes en el siglo XXI. Para lograr este objetivo, se requiere de la habilidad para pensar más allá del medio actual, e inventar nuevas convenciones de interacción con la ayuda de los avances tecnológicos, que transformarán el aumento exponencial de información disponible en un avance del conocimiento humano, como también del marco didáctico que las contienen (Murray, págs. 1-2).

Estas nutren constantemente las dinámicas culturales y actúan como mediatizadoras entre el hombre y su entorno, construyendo formas de pensar y de hacer. El gesto analógico, a partir del cual la mano construye su sentido, genera un hacer como espacio de integración entre ambos lenguajes (Brignone, 2014).

El diseño editorial se puede ver reforzado por la interactividad y más aún si se logra pensar más allá del medio analógico para inventar nuevas convenciones de interacción y lograr un aumento exponencial de información disponible. De esta manera se propone plasmar información valiosa para mujeres víctimas de violencia, dentro de un producto editorial interactivo. A continuación se investigará más a fondo, con la ayuda de expertas en los temas holísticos con los que se está trabajando y la de las usuarias, para crear una herramienta especializada que aporte a su desarrollo integral.



2. INVESTIGACIÓN DE CAMPO

La investigación de campo proporciona datos certeros a favor de recopilar información de calidad. Para ello, se han realizado entrevistas a expertas en cada terapia con el fin de conocer sus beneficios específicos en el grupo meta sobre la que se está trabajando y saber cómo estos se podrían comunicar a través del diseño. De igual forma se han entrevistado a mujeres acogidas en la casa María Amor para conocer las necesidades y deseos del target directo.



AUBREE JEANNE
YOGA Y MEDITACIÓN

“Como mujeres somos la tierra, creamos vida. La mujer es magia, esa es la esencia verdadera de la mujer. El yoga permite esta reconexión con la esencia y el cuerpo que ha sido arrebatada de quienes han sido víctimas de abusos”

El yoga es una combinación de prácticas físicas, que permiten desarrollar conciencia corporal que conecta con la mente por medio de un puente que es la respiración. La práctica permite llegar a un estado en el que puedes distinguir entre lo que “me pasó” y “quién soy”. Aubree cuenta cómo el yoga puede ayudar a las usuarias y recomienda involucrar a todos los sentidos para lograr un mejor entendimiento de los ejercicios dentro del producto y lograr mostrar la esencia de estos conocimientos desde el diseño gráfico de la forma más sencilla y clara ya que se trata de principiantes.



CLAUDIA POLO
ARTETERAPIA

“El arte en sí es una terapia. El poder plasmar algún dolor, molestia o sentimiento en un escrito, pintura, danza, tejido para entenderlo y transmutarlo es tan sanador y empoderador. La creatividad y el arte son ámbitos innatos y a la vez tan distintos en cada individuo. Es por eso que se debe trabajar cuerpo, mente y espíritu de manera integral”

El trabajo de Claudia se basa principalmente con mandalas que tienen esa magia y esa mística de que es un portal para expresar la parte inconsciente a través de formas y colores. Ella afirma que es necesario generar espacios en los que se difundan los beneficios de esta práctica para llegar al público esperado y no se genere rechazo ya que esto es muy probable si la persona no conoce sobre la práctica.



MUJER ACOGIDA

“He realizado distintas actividades desde que llegué a la casa, pero me gustaría hacer algún ejercicio para sentirme mejor con mi cuerpo”

A ella le gusta ayudar en la cocina como pasatiempo, además de hacer sus propias manillas con materiales consigue por sí sola, pero quiere empezar a practicar una actividad física porque desea fortalecerse y sentirse bien con su cuerpo. Ha escuchado del yoga pero no lo ha practicado y le interesa aprender sobre esta práctica que le relaje y le permita medir sus pensamientos ya que le cuesta tomar decisiones y muchas veces pierde la paciencia con sus hijos. Asimismo le parecen efectivas las capacitaciones sobre redes de apoyo y convivencia ya que solo ha vivido con sus hijos y su agresor sin saber lo que es convivir. A esta mujer le gusta la idea de un libro que contenga información y ejercicios sobre cómo sanar y empoderarse. Está de acuerdo con que sea un libro autodidacta ya que cuando salga no habrá nadie que le diga qué hacer. En la vida hay muchos obstáculos y le gustaría aprender a resolverlos por sí sola.

3. HOMÓLOGOS

En el análisis de homólogos se realiza la observación e investigación de proyectos similares al producto, en base a los partidos de diseño.

i

i

TÍTULO: THE ART OF GRATITUDE
 AUTOR: MEREDITH GASTON
 USUARIO: MUJERES DE 15 A 38 AÑOS
 AÑO: 2016

- **Forma**

- Formato: 15.7 x 2.2 x 19.3 cm
- Soporte: Pasta rígida
- Diagramación: Uso de márgenes grandes para una mejor navegación de la lectura
- Cromática: Combinación de paleta de colores pastel con colores planos
- Ilustración: Minimalista combinada con acuarela
- Tipografía: Utiliza un tipo san-serif manuscrito para frases cortas y un tipo con serifas para la información.

- **Función:**

Este producto cumple la función de informar y motivar a sus usuarias por medio de información, frases y ejercicios acompañado de ilustraciones de empoderamiento en distintos ámbitos; en este punto el uso de la cromática cumple un papel muy importante ya que organiza cada tema por color. Por ejemplo: rosado = amor propio, verde = bienestar, azul = relaciones, entre otros.

- **Tecnología:**

El libro es impreso full color en un papel mate de alto gramaje.

- **Conclusión**

De este homólogo se tomará como referencia a todos los partidos de diseño ya que se adecúa al target, en especial el formato, tipo de ilustración, cromática, diagramación y soporte. Además del contenido de información, frases y ejercicios. La impresión del producto será de igual forma full-color.

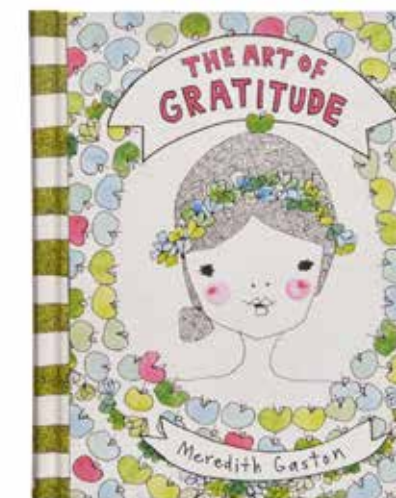


IMAGEN 7

TÍTULO: STEAL LIKE AN ARTIST

AUTOR: AUSTIN KLEON

USUARIO: ARTISTAS Y PERSONAS QUE QUIERAN DESPERTAR SU CREATIVIDAD.

AÑO: 2012

• **Forma:**

-Formato: 15.2 x 1.6 x 15.2 cm

-Soporte: Pasta suave

-Diagramación: Uso de páginas enfrentadas para las ilustraciones y uso de márgenes grandes para un texto ligero y limpio.

-Cromática: El contenido es impreso en escala de grises y para la pasta incluye el color rojo.

-Ilustración: Minimalista en blanco y negro

-Tipografía: Utiliza un tipo san-serif manuscrito para frases y títulos. Para la información, un tipo con serifas.

• **Función:**

Este producto es una guía para la creatividad que inspira a explotar el lado artístico de las personas. Cumple la función de informar y motivar a sus usuarios por medio de información frases e ilustraciones que cuentan historias cortas.

Conclusión

De este homólogo, se tomará como referente la ilustración, la diagramación y la tipografía en cuanto a forma; ya que las páginas enfrentadas permiten mayor espacio para las ilustraciones. En cuanto a la función, se cree útil la combinación astuta de ilustraciones y frases que comunican historias cortas de manera clara y sencilla.

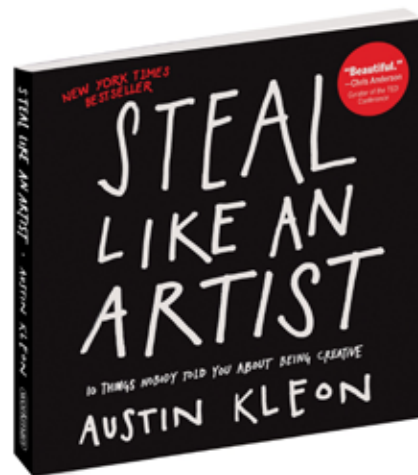


IMAGEN 8

TÍTULO: THE CELTIC MANDALA COLOR KIT

AUTOR: DUNCAN BAIRD PUBLISHERS

USUARIO: PERSONAS INTERESADAS EN APRENDER LA FILOSOFÍA BUDISTA DE

FORMA INTERACTIVA

AÑO: 2009

• **Forma:**

-Formato: 13.5 x 5.5 x 18 cm

-Soporte: Caja rígida con tapa desplegable

-Diagramación: Uso de márgenes grandes para un texto ligero y limpio.

-Cromática: Usa una gama de colores amplia.

-Ilustración: Mandalas a color y blanco y negro

-Tipografía: Utiliza un tipo san-serif para títulos y para la información, un tipo con serifas.

• **Función:**

Este producto ofrece un libro informativo sobre la filosofía budista y viene acompañado de tarjetas de mandalas para colorear e incluye 10 lápices de colores. De esta manera se ponen en práctica los conocimientos presentados en el libro de una forma interactiva.

Conclusión

Este homólogo es una gran referencia en cuanto a función ya que presenta una forma interactiva de poner en práctica los conocimientos impartidos en el contenido, además de que incluye material auxiliar. También incluye la actividad de colorear mandalas, tratando con arteterapia. En cuanto a la forma, se considera adecuado el soporte, el formato y la diagramación del mismo.



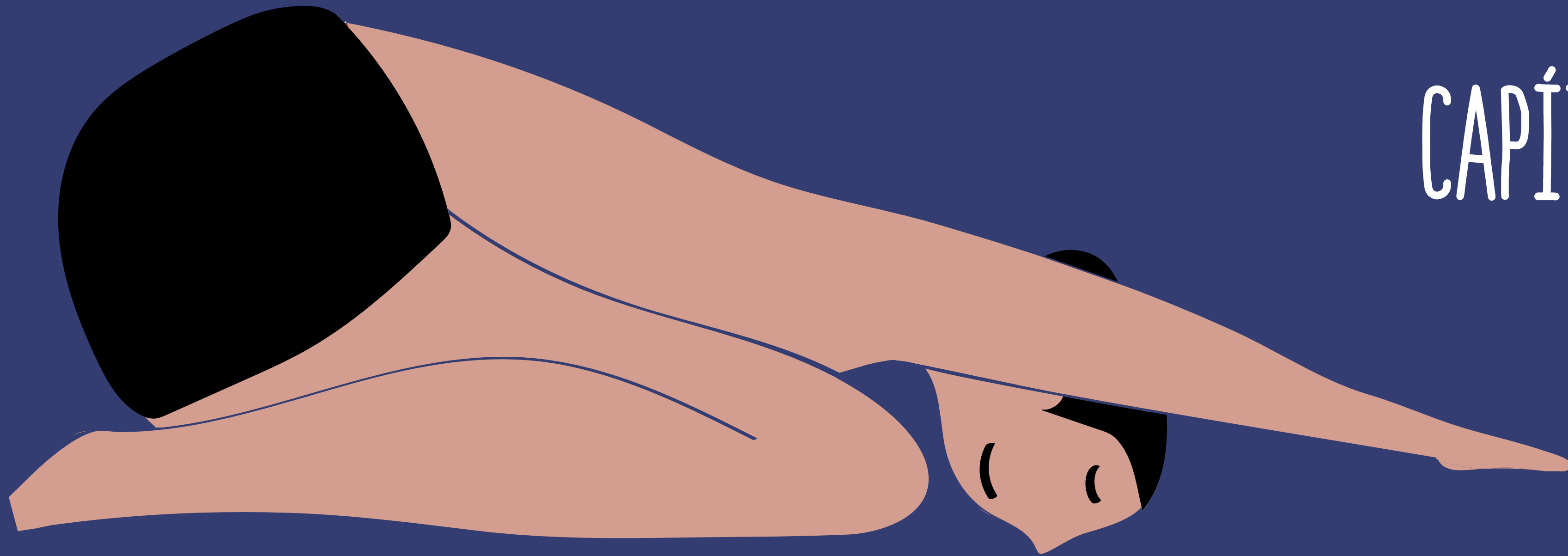
IMAGEN 9

CONCLUSIÓN

Tras haber realizado la investigación bibliográfica, de campo y de productos similares al proyecto, se ha concluido que el enfoque principal debe girar entorno al empoderamiento de las mujeres, con su cuerpo, con sus emociones y con su entorno. Además el producto editorial debe cumplir la función de guía interactiva ya que pretende incentivar el aprendizaje autodidacta en las mujeres víctimas de violencia de género. Este será de naturaleza análoga debido a la accesibilidad del mismo para el target y para invitar a renovar la experiencia de la lectura.



CAPÍTULO 2



1. TARGET

El proyecto está destinado a un grupo de usuarias que son mujeres de 18 a 35 años, ellas han sido víctimas de violencia y actualmente están acogidas en la casa María Amor. Aquí reciben acompañamiento de distinta índole según sus necesidades y realizan actividades que les incentiva a superarse de una manera integral.

A continuación se han fundamentado variables de segmentación del target, seguido de un viaje del usuario para identificar en que parte de su proceso, el producto puede ser de ayuda. Finalmente se ha creado la persona design que se basa en los patrones identificados durante la investigación de campo.

1.1 VARIABLES DE SEGMENTACIÓN

• Segmentación Geográfica:

- País: Ecuador
- Provincia: Azuay
- Ciudad: Cuenca
- Zona: Sayausí

• Segmentación Demográfica:

- Nacionalidad: Ecuatoriana
- Edad: 18 a 35 años
- Género: Femenino
- Tamaño Familiar: 2 a 3 hijos
- Nivel de Estudios: Secundaria
- Ocupación: Ama de casa
- Ingresos: Económicamente dependientes (o ingresos bajos)

• Segmentación Psicográfica:

-Clase social: Media baja y baja

-Estilo de vida: Dentro de la casa de acogida vive su día a día realizando actividades bajo un cronograma. Buscan promociones y comprar lo mínimo, según el modelo VALS este grupo meta se considera como consumidor esforzado y superviviente que trata de la clase de consumidores con menos recursos y por lo tanto los menos propensos a adoptar cualquier innovación.

-Personalidad:

Introvertida, sumisa, motivada a salir adelante, se busca empoderar.

1.2 VIAJE DE USUARIO



Las usuarias se empezarán a relacionar con el producto desde el primer contacto después de buscar ayuda. Desde este punto comienza el proceso de sanación.

1.3 PERSONA DESIGN



Rosa nació en Cuenca, Ecuador. Alcanzó sus estudios de secundaria y tuvo su primer hijo lo que dio lugar a su matrimonio con Luis. Desde el inicio él mostró actitudes violentas pero Rosa las tomó con normalidad ya que ella creció en un ambiente similar. Estas actitudes desencadenaron en amenazas y golpes lo que hizo que acuda a la fundación El Buen Pastor. Salió de esta fundación y se reconcilió con Luis, inicialmente la relación funcionaba y esperaban a su tercer hijo pero el ciclo de violencia se dio nuevamente, lo que llevó a Rosa a la casa María Amor. Actualmente tiene 34 años y se está recuperando de la cesárea de su tercer hijo dentro de la casa. Aquí ella se ha propuesto varios objetivos, entre ellos realizar un curso de guardia de seguridad para alcanzar autonomía económica, a practicar ejercicios físicos para sentirse bien con su cuerpo y cultivar estos hábitos en sus hijos.

Ella disfruta de las actividades dentro de la casa, principalmente en la cocina y en la elaboración de manillas para uso propio, también considera la escritura como una actividad entretenida y productiva para su desenvolvimiento. Rosa está enfocada en sacar adelante a sus hijos y en aplicar estos conocimientos en su día a día para seguirlos practicando cuando salga de la casa.



2. PARTIDOS DE DISEÑO

En base a la información recopilada, se procede a definir los partidos de diseño, los cuales ayudarán a definir las características del proyecto, basados en forma, función y tecnología.

2.1 FORMA

Formato:

El formato del soporte a utilizar será cuadrado ya que el mismo brinda una mayor flexibilidad para la organización de los contenidos y el transporte del mismo ya que este podrá ser utilizado dentro y fuera de la casa de acogida. Además el tamaño debe ser ideal para carteras o bolsos que usualmente usan las mujeres.

Diagramación:

La diagramación es el orden adecuado de las imágenes y el texto, que en este caso será un estilo funcional en cuanto a la legibilidad, con la utilización de márgenes amplios que dan la sensación de aire permitiendo un texto limpio y de fácil navegación, con ilustraciones y textos breves.

Tipografía:

La tipografía juega un papel muy importante ya que va más allá de armonizar con los demás elementos. En este caso se utilizará una tipografía sans-serif que permitirá una mejor legibilidad y comunique informalidad y simplicidad.

Cromática:

La cromática es la que genera los estímulos visuales, por el hecho que se trabaja con mujeres que han pasado por situaciones de violencia se debe utilizar una paleta de colores que capture su atención y que les brinde serenidad. Se utilizarán colores planos tomados de las tonalidades de las plantas aromáticas con las que se trabajarán.



Ilustración:

Es importante que la gráfica utilizada fomente el aprendizaje de técnicas del holismo para el desarrollo integral de las mujeres y que estéticamente llame la atención del usuario. Por esta misma razón se ha definido que la ilustración debe contener figuras claras, simples y con detalles que ayuden al entendimiento del contenido. El trazo será fino que muestre sutileza y feminidad.

Soporte

Al culminar con el proyecto se obtendrá un producto editorial interactivo cuyo objetivo será enseñar y motivar al usuario. Para ello se ha decidido un soporte rígido para que su vida útil sea duradera, ya que el producto está pensado para ser llevado por las mujeres en todo momento.

2.2 FUNCIÓN

El producto editorial cumple la función de guía interactiva para el aprendizaje de ejercicios de yoga, meditación y arteterapia. El contenido se dividirá en la parte informativa y otra de ejercicios de las terapias holísticas. A lo largo del contenido se mostrarán frases e ilustraciones motivacionales y de empoderamiento para las mujeres.

2.3 TECNOLOGÍA

Para el diseño y creación del proyecto se utilizarán los programas: Adobe Illustrator y Adobe Indesign. Considerando que el producto será interactivo, constará tanto de un libro que contenga la información y los ejercicios; como de material auxiliar que facilitará la ejecución de los ejercicios del libro. El tipo de impresión será offset full color. El tipo de impresión será offset full color. Se trabajará con papel bond de 90gr para las hojas informativas y para los ejercicios de las distintas terapias se usará papel sirvananda de 260gr para brindar textura, rigidez y una mejor absorción del aroma en el capítulo de ejercicios de meditación.

3. PLAN DE NEGOCIOS

En el plan de negocios se plantean los parámetros del marketing mix: producto, precio, plaza, promoción; los cuales contribuirán a la producción si llega a ser posible la distribución o promoción del producto editorial.

3.1 PRODUCTO

El producto editorial análogo cumple la función de guía interactiva. Contiene tanto información como ejercicios para fomentar el aprendizaje sobre métodos holísticos para el desarrollo integral de mujeres que han sido víctimas de violencia. Además contiene material auxiliar para una mejor ejecución de los ejercicios.

3.2 PRECIO

El producto será producido por medio de convenios con instituciones o comunidades como los Expats de Cuenca, que apoyan causas sociales; para que luego el mismo sea distribuido gratuitamente a las mujeres acogidas en la Casa María Amor.

3.3 PLAZA

La distribución del producto se dará a cabo dentro de las casas de acogida de mujeres víctimas de violencia. Inicialmente en la Casa de acogida María Amor.

3.4 PROMOCIÓN

El proyecto se debe promocionar en distintas ferias y concursos que organizan las instituciones benéficas. Se deben comunicar los beneficios a largo plazo de las terapias holísticas en el desarrollo integral de mujeres víctimas de violencia.



IMAGEN 10

CONCLUSIÓN

En este capítulo, se ha podido indagar detalladamente sobre las usuarias finales, que además ha permitido conocer su estilo de vida y en qué punto de su proceso el producto puede intervenir como herramienta de sanación. De igual forma esta información ha sido muy valiosa para la toma de decisiones en cuanto a los partidos de diseño, ya que se ha podido descubrir que esperan de la propuesta. También se ha conocido la metodología de las Casas de Acogida para adquirir los elementos que cubren las necesidades básicas y formativas para las mujeres y niños que residen; para ello trabajan con instituciones o comunidades que aportan con financiamiento para el desarrollo de proyectos como este, mostrando el enfoque que debe tener el plan de negocios.



CAPÍTULO 3

1. IDEACIÓN

Para el proceso de ideación, se han elaborado diez ideas iniciales en cuanto a la configuración del producto editorial interactivo. Se podrán evaluar cada una de ellas con la ayuda de un cuadro comparativo que contiene parámetros importantes para que se cumplan los objetivos deseados en el producto final.

i

i

1.1 DIEZ IDEAS

1. Kit Holístico

El objetivo es contener todo el material necesario dentro de una caja que dispone de un espacio específico para cada ítem: libro, material auxiliar y pinturas, que serán requeridas para ciertas actividades.



IMAGEN 11

2. El libro integral

Se busca integrar el material auxiliar y complementario (pinturas) dentro del mismo libro, disponiendo de un espacio en la parte interior de las cubiertas. Para el material auxiliar se dispondrá de una solapa y para las pinturas un portalápices.



IMAGEN 12

3. Carpeta con anillos

Los anillos brindan mayor comodidad para ciertas actividades ya que es posible sacar las hojas y volverlas a adjuntar. Además permite darle personalidad al producto ya que existe la posibilidad de agregar hojas a gusto de la usuaria. Para el material auxiliar se disponen solapas en la parte interior de ambas cubiertas.



IMAGEN 13

4. Kit horizontal

Esta idea se basa en una caja que por su forma brinda espacios específicos para cada ítem propuesto: el libro, el material auxiliar y complementario (pinturas). Este permite una buena distribución que a su vez brinda una organización adecuada.



IMAGEN 14

5. Libro Paper Cut

Para este ejemplar, se usa el troquel como una metáfora de las emociones de las usuarias, relacionándolo con el “vacío” que puede llegar a causar la violencia de género y que a este vacío puede ser rellenado con nuevas experiencias positivas y sanadoras. Para ello se plantea como actividad el paper cut con figuras de papel para llenar los troqueles.



IMAGEN 15

6. Libro Magnético

Este tipo de libro es un método interactivo para demostrar la importancia de los pensamientos positivos y la claridad mental que brinda la meditación, ya que a partir de esta sintonía la persona atrae experiencias positivas. En la parte magnética se dispone la figura de la mujer e incluye distintos imanes que representen cosas positivas y negativas. Así, buscamos invitar a la usuaria a descubrir que desea atraer a su vida.



IMAGEN 16

7. Libro Rompecabezas

Se dispone de un espacio dentro del libro para armar un rompecabezas. El armar una imagen completa pieza por pieza puede clarificar el proceso que requiere alcanzar cualquier objetivo que se plantee una persona, por ello esta actividad puede aportar al proceso de sanación de las usuarias.



IMAGEN 17

8. Libro Lupa

Mediante el libro lupa se pretende explorar cada detalle que contiene la página, despertando la curiosidad de la usuaria en cuanto a su entorno y sobre si misma, para así cultivar el autodescubrimiento.



IMAGEN 18

9. Aromaterapia

Por medio del aroma de plantas secas y semillas, pretendemos invitar a practicar la respiración consciente y relajante que provocan un estado meditativo. Esto permite calmar las fluctuaciones de la mente para lograr un estado de calma y paz. Además buscamos brindar vínculos con la naturaleza a lo largo del contenido.



IMAGEN 19

10. Libro Pop-Up

El libro pop-up es una gran herramienta interactiva que permite un dinamismo entretenido entre la usuaria y el producto. Las imágenes sobresalientes que ofrece el pop-up captan la atención rápidamente, lo cual permite un aprendizaje eficaz y agradable.



IMAGEN 20

10 IDEAS	Relevancia de la problemática	Factibilidad de realización	Funcionalidad	Innovación	Estética	Total	%
1. Kit Holístico	9	9	8	6	8	40	80%
2. El libro Integral	7	8	8	5	6	34	68%
3. Folder con anillos	9	7	9	6	8	39	78%
4. Libro Magnético	7	6	7	9	7	36	72%
5. Libro Papercut	10	8	7	10	9	44	88%
6. Kit Horizontal	9	9	8	4	7	37	74%
7. Libro Rompecabezas	10	6	6	9	8	39	78%
8. Libro Lupa	9	10	8	10	9	46	92%
9. Aromaterapia	10	7	9	10	8	44	88%
10. Libro Pop-Up	7	5	7	7	8	34	68%

1.2 TRES IDEAS

Tras haber analizado cuantitativamente las 10 ideas propuestas, se ha concluido que las siguientes son las más adecuadas para el desarrollo del producto:

1. Kit Holístico 80%

¿Cómo?

El Kit Holístico es una gran solución en cuanto al soporte tanto del producto editorial, como del material auxiliar y complementario que serían las tarjetas y las pinturas para colorear.

¿Por qué?

Este tipo de soporte permite transportar los tres ítems fácil y cómodamente, también los mantendrá protegidos ya que la caja dispondrá de un espacio específico para cada uno.

Ventajas:

- Factible en cuanto a costos y diseño
- Funcional para transporte y mantenimiento de los ítems
- Atractivo para las usuarias



IMAGEN 21

2. Libro Lupa 92%

¿Cómo?

Es un método interactivo entretenido que permite explorar los detalles a lo largo de la página y para despertar la curiosidad.

¿Por qué?

A pesar de su ejecución sencilla, este tipo de interacción invita a las usuarias a tomar una actitud analítica ante distintas situaciones. Esto tiene gran relevancia debido a que una parte muy importante del desarrollo integral de las mujeres víctimas de violencia es el descubrimiento propio y el de su entorno, que puede ser logrado al cultivar estas destrezas.

Ventajas

- Consta de un diseño muy factible en cuanto a costos y a su realización
- Los materiales se pueden aplicar en otras partes del contenido
- Ejecución sencilla para las usuarias



IMAGEN 22

3. Aromaterapia 88%

¿Cómo?

Se pretende cultivar la meditación que se basa en la respiración consciente por medio del aroma de plantas secas que son relajantes naturales.

¿Por qué?

Este ejercicio permite conectar la mente con el cuerpo físico logrando la consciencia de la meditación. Así, se logra calmar la ansiedad, sanar sucesos del pasado y mantener una actitud positiva para el presente. La aromaterapia ha sido utilizada en distintas ramas del diseño con los mismos fines, siendo una idea factible y muy innovadora.

Ventajas

- Innovador
- Adecuado para el ejercicio de meditación
- Brinda un vínculo con la naturaleza



IMAGEN 23



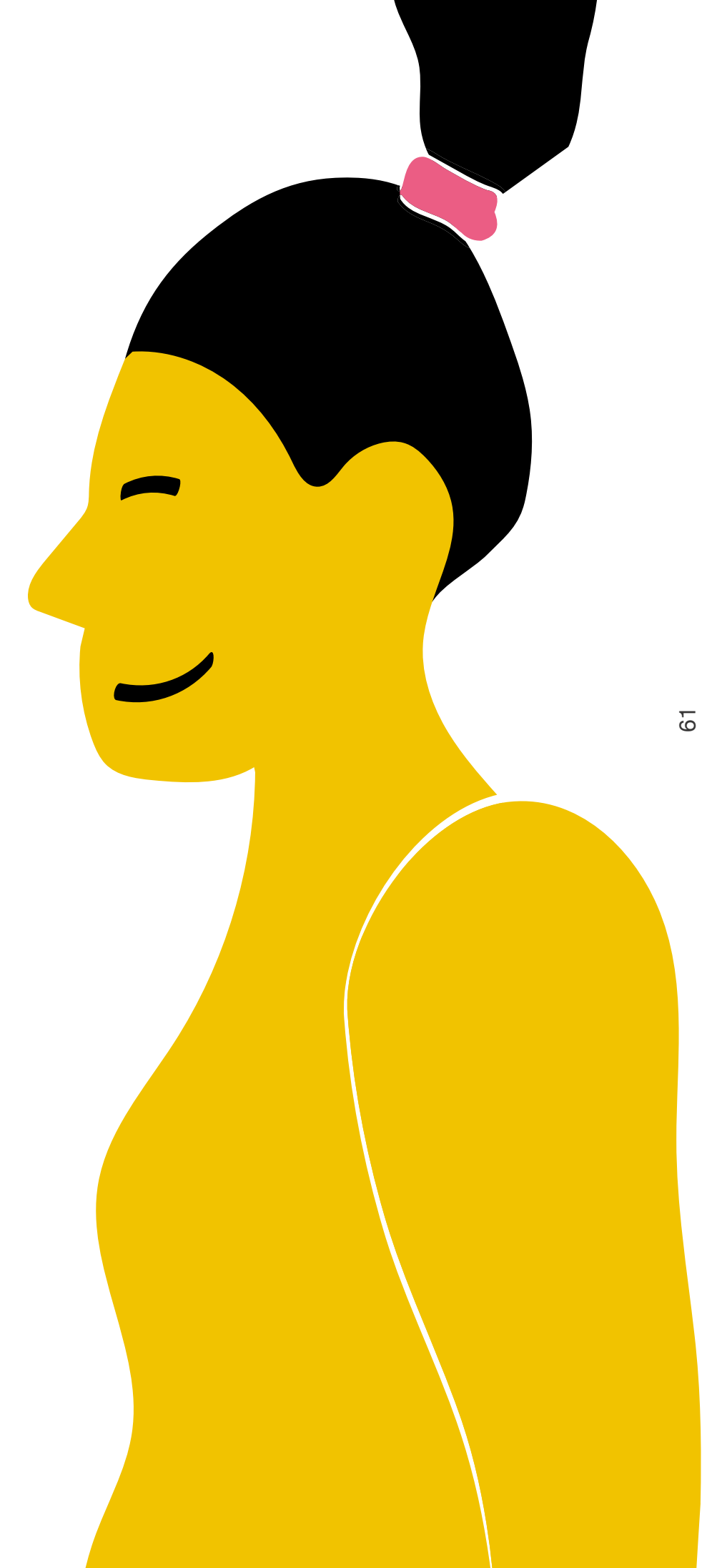
1.3 IDEA FINAL

Para la idea final, se ha decidido combinar las 3 propuestas mencionadas anteriormente.

El producto editorial contendrá una área específica para cada tratamiento holístico con los que se trabajarán, que son: la meditación, el yoga y el arteterapia, iniciando el proceso con información previa a comenzar los ejercicios.

El material auxiliar estará destinado para el aprendizaje del yoga debido a que esta práctica implica la agilidad en el producto para ejecutar lo que se muestra. Para ello se trabajarán tarjetas tipo lupa para enseñar de manera interactiva los nombres y la ejecución de cada postura. Los ejercicios de meditación serán desarrollados en conjunto con la aromaterapia y el arteterapia será tratado con ejercicios de pintura y collage, para lo cual se necesitarán los lápices de colores.

Los tres ítems se vuelven uno solo por medio de una caja que dispondrá de un espacio específico para cada uno de ellos, de esta manera podrán ser transportados en conjunto. Esto es de gran importancia ya que se propone un producto que pueda ser utilizado por las usuarias en cualquier lado, entonces debe tener un buen soporte que permita transportarlo sin inconvenientes.



2. PROCESO CREATIVO

Dentro del proceso creativo se establecerá el sistema gráfico y editorial que configurarán el producto, empezando por la bocetación y la digitalización. Esto, basado en el contenido que girará en torno a un solo concepto tanto para los ejercicios como para el área de información.



2.1 CONTENIDO

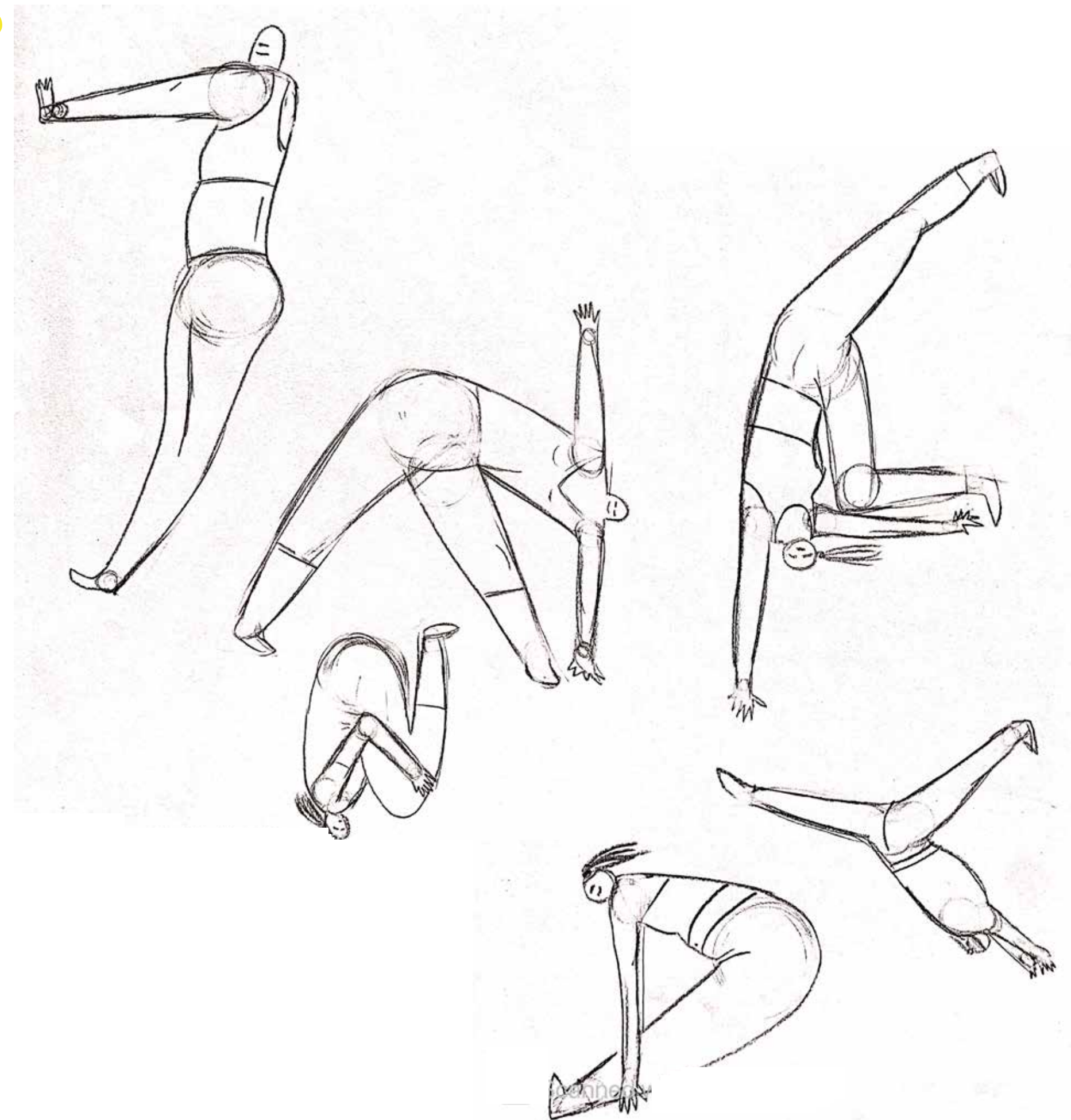
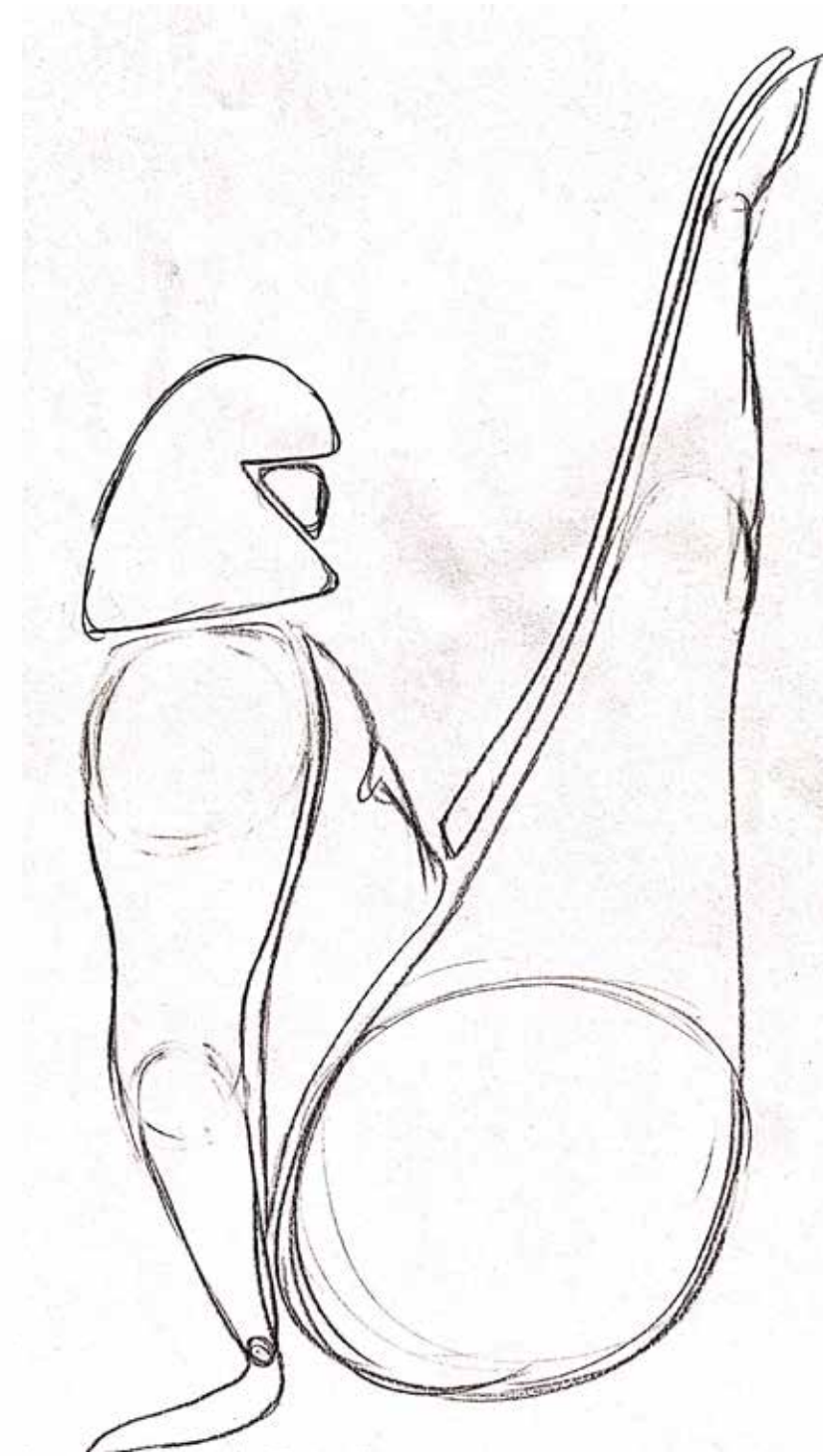
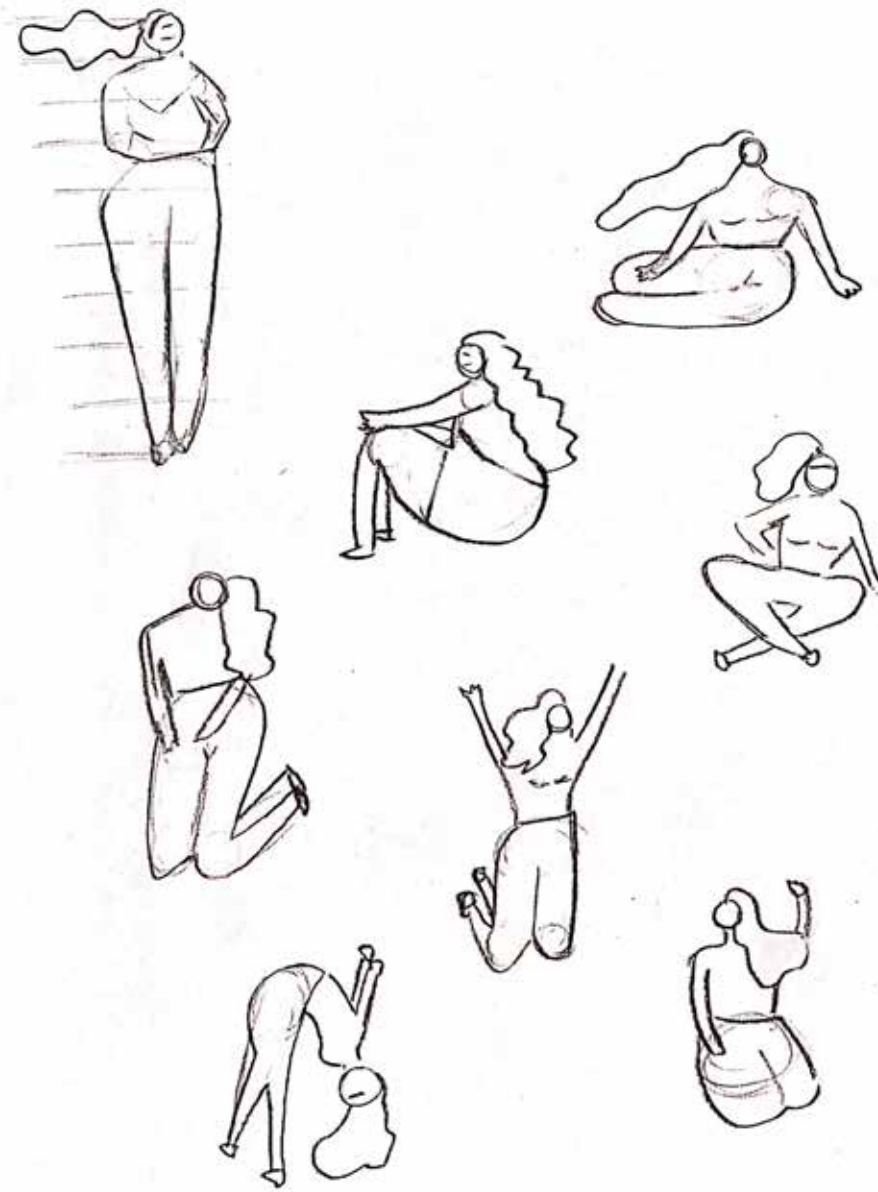
El contenido girará entorno al concepto de la metáfora entre la mujer y la flor, haciendo referencia al cuidado que se necesita en ambos casos. De esta forma se busca que las usuarias se relacionen con la belleza y diversidad que existe en la naturaleza, ilustrando una variedad de cuerpos y plantas para representar esta idea. Además, el contenido y los ejercicios en cuanto a las terapias con las que se trabajarán (arteterapia, yoga y meditación), también serán explicados de acuerdo a este concepto.



IMAGEN 24

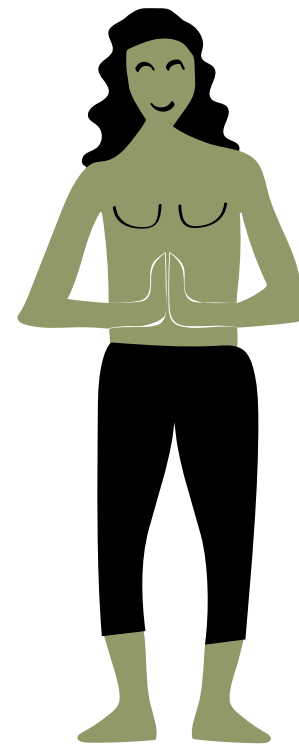
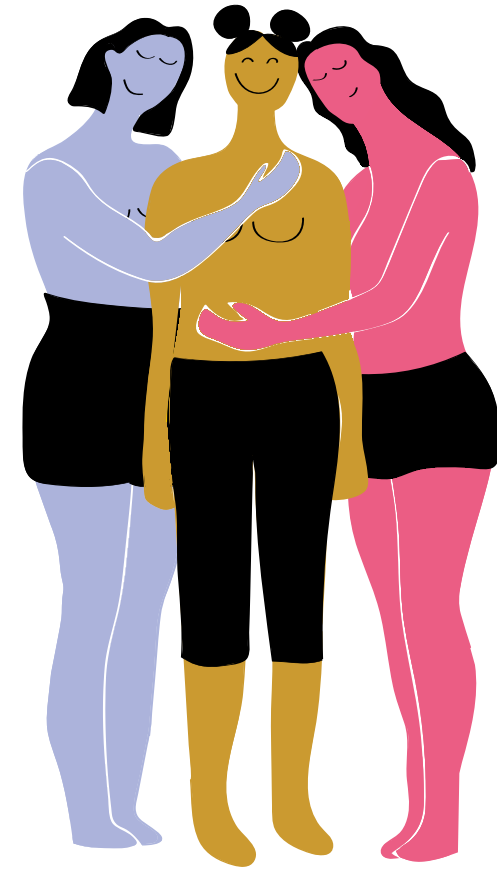
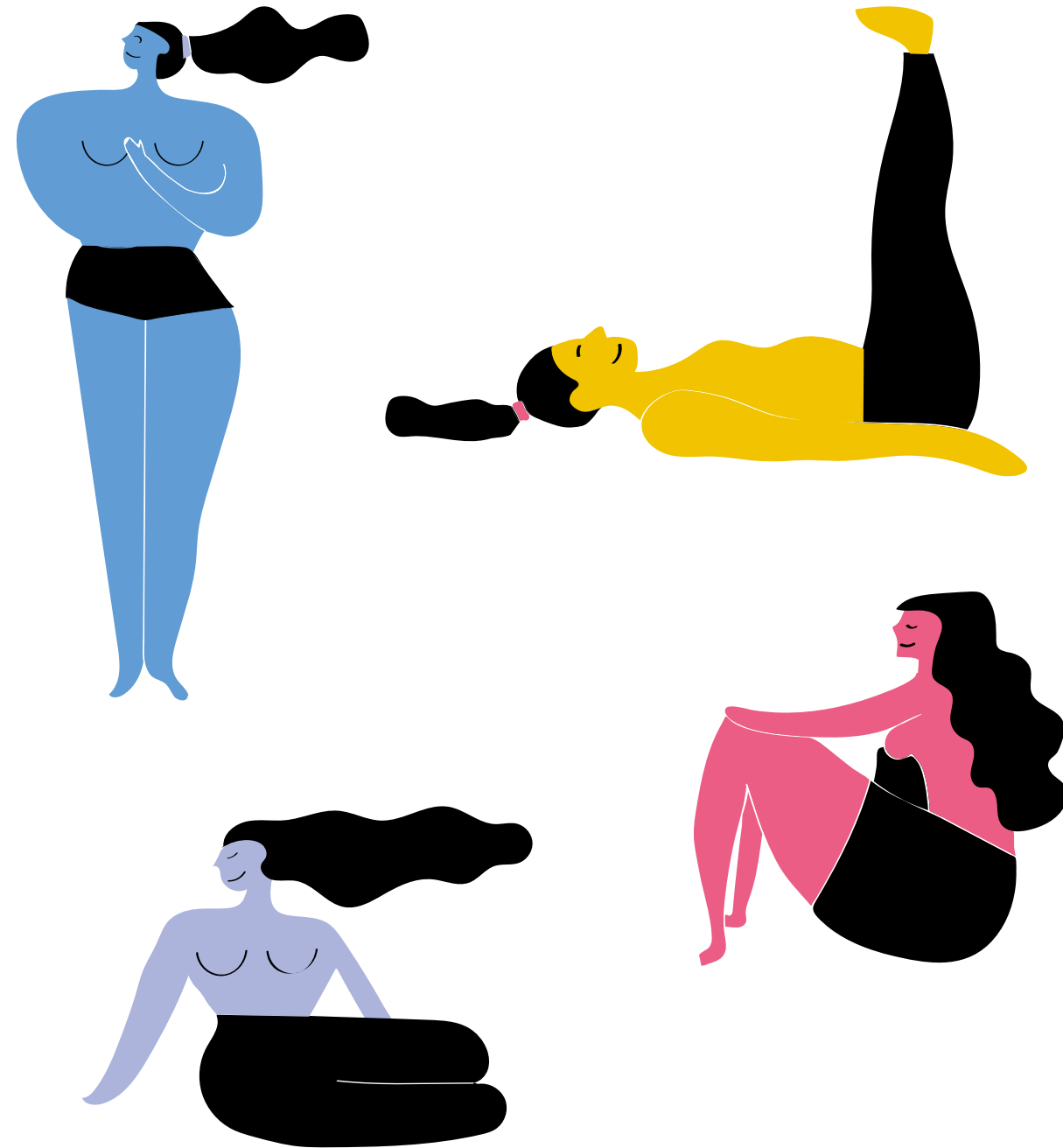
2.2 BOCETACIÓN

En la etapa de bocetación, se quiere mostrar la fusión entre los tipos de ilustración naive y doodle. Estos elementos gráficos mostrarán el contenido del libro de manera sólida por medio de las acciones de las personas ilustradas, que provocarán un enfoque de conciencia plena para cultivarlo en las usuarias. Se ha visto conveniente la creación de un grupo de personas como actores principales del libro ya que se busca representar diversidad, manteniendo un sistema sutil y acogedor. Para ello, se exploran distintas morfologías para el grupo de personas, de las cuales cada una ocupará 8 cabezas.



2.3 DIGITALIZACIÓN

Para la digitalización, se escanearon los bocetos y se los ha vuelto a dibujar mediante un pincel creado en el programa de Adobe Illustrator, que permite que el terminado sea curvo y causa una sensación de imperfección en la línea, para una representación inocente, amable y armónica.



2.4 DEFINICIÓN DE SISTEMAS

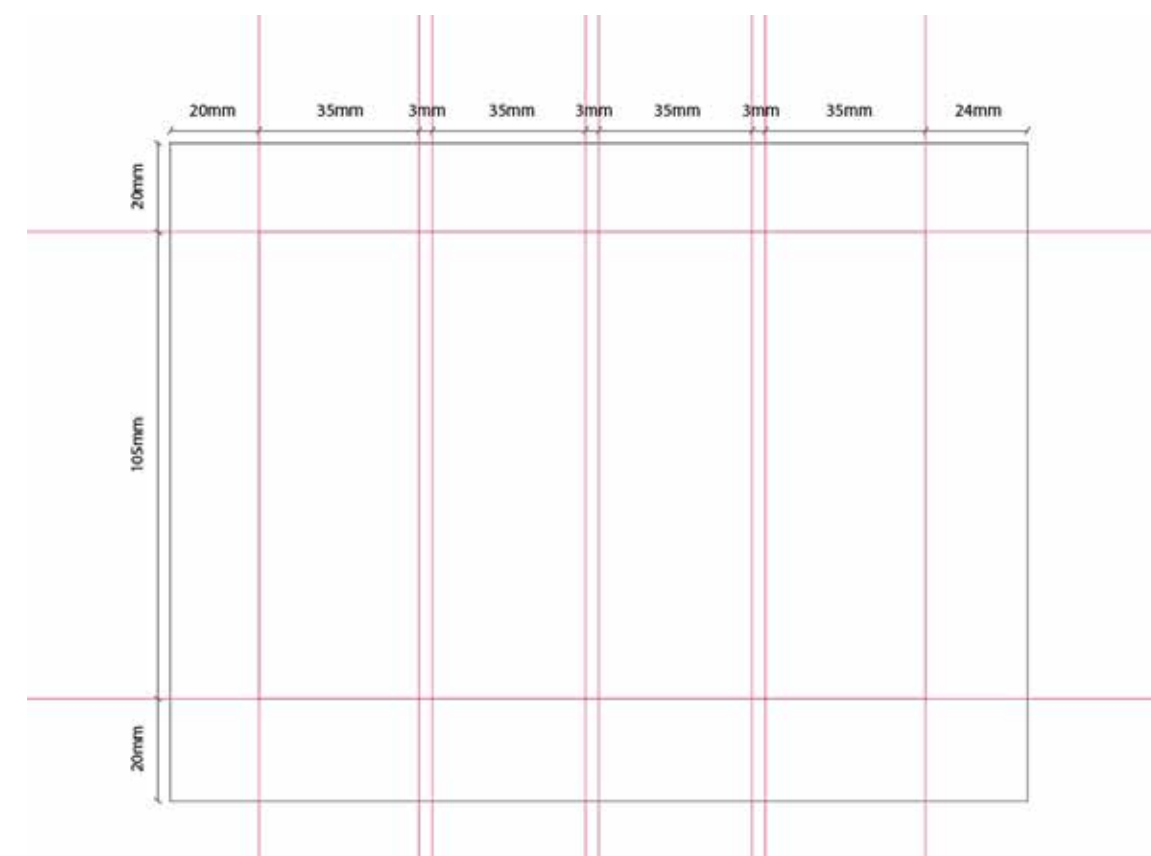
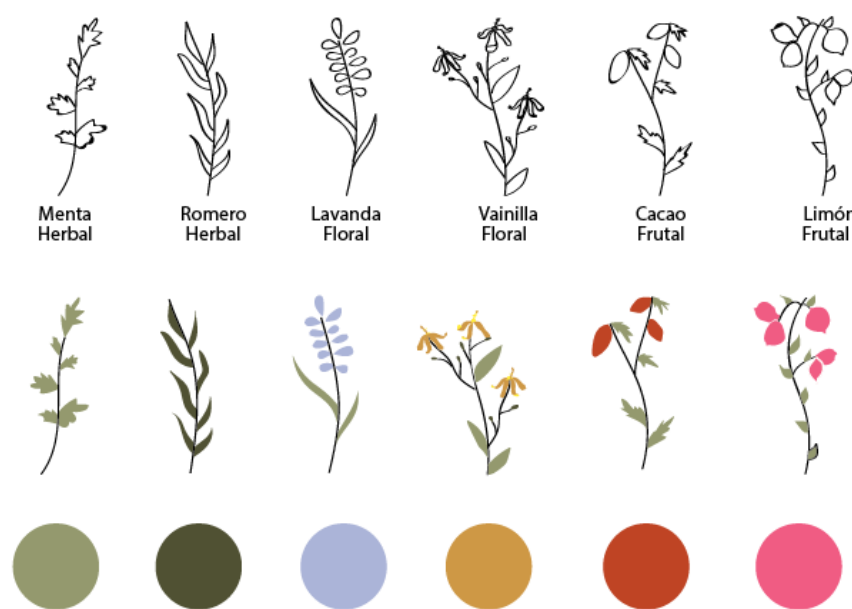
La definición de sistemas permitirá tomar las decisiones correctas en cuanto al diseño editorial y de la ilustración que configurarán al producto final. Esta etapa parte de la investigación de campo para elegir el estilo que se busca proyectar en el producto. Se ha considerado importante crear una sensación de simpleza e informalidad para una mejor relación de las usuarias con el libro, ya que normalmente se lo concibe como algo aburrido o difícil de comprender.

Diseño editorial

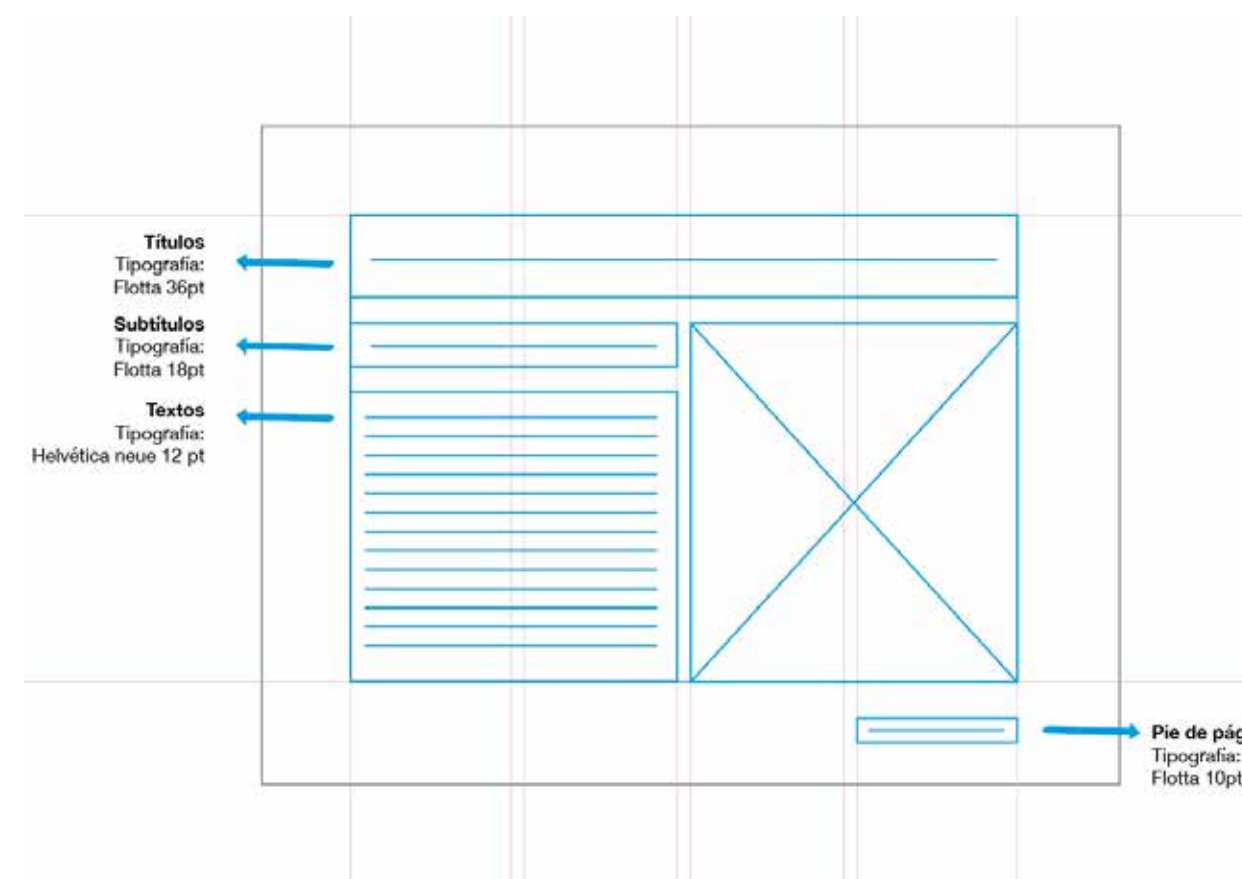
Para el diseño editorial se ha optado por la encuadernación de doble anillo metálico con perforación cuadrada. Esta opción permitirá mayor agilidad al manipularlo cuando se estén realizando los distintos ejercicios. El formato del libro será de 14.8 x 19.3 cm para mayor comodidad al transportarlo y al utilizarlo. En el interior de las hojas, serán distribuidas por con una retícula que consta de 4 columnas con medianil de 3mm. La medida de los márgenes inferior, superior y exterior será de 20mm para brindar aire y ligereza a la página y de 24 mm el margen interior ya que se necesita más espacio para el anillado. La tipografía, es un punto muy importante en esta fase, pues comunica tanto la sensación de familiaridad con las usuarias y el orden para explicar los contenidos, para ello se utilizará el tipo Flotta aplicado a los títulos, frases y subtítulos, con distintas medidas respectivamente. Para los textos se trabajará con la tipografía Helvética neue de 12 pt para una legibilidad clara de las explicaciones, las cuales serán lo más concisas posibles.

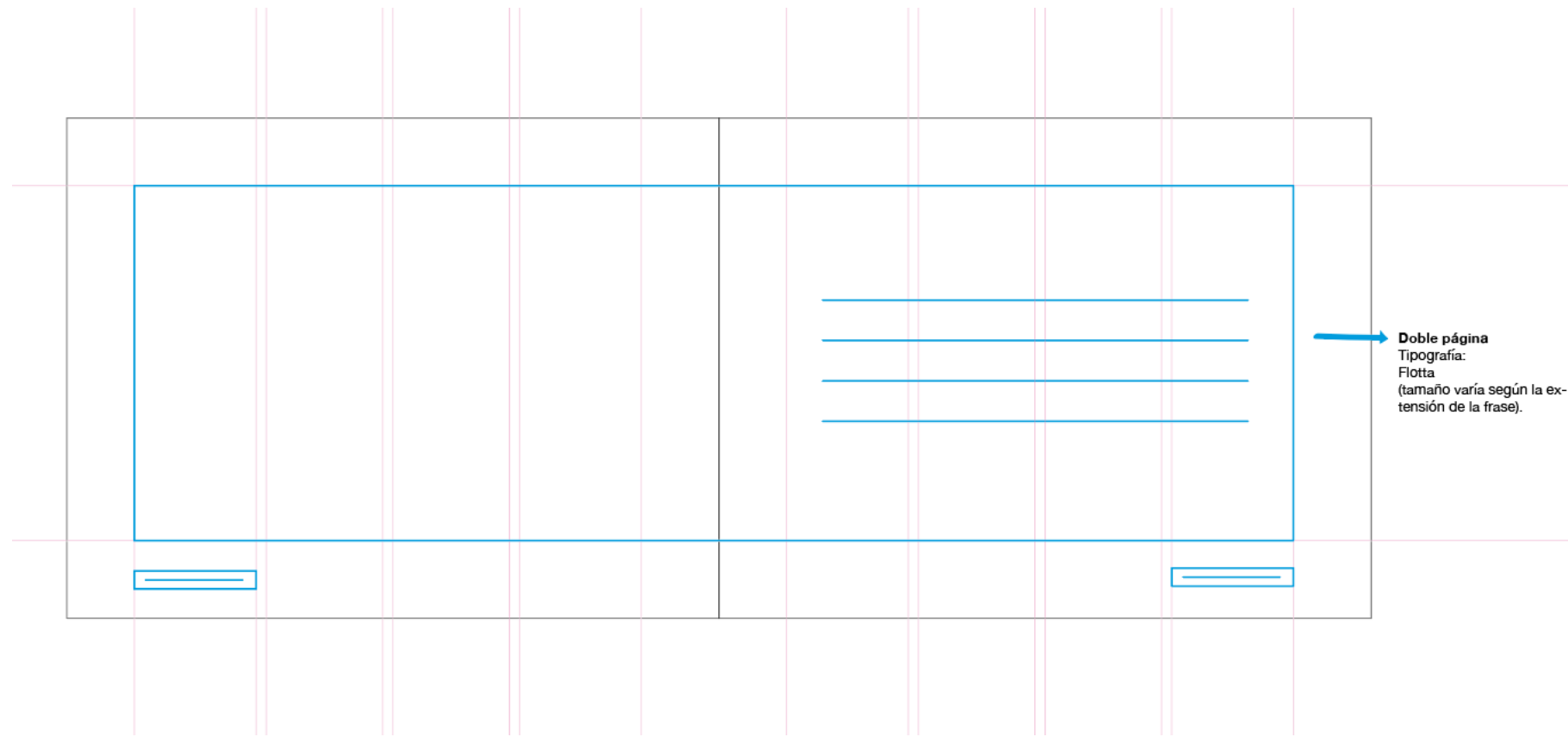
Ilustración

Será basada en la ilustración naive y doodle para crear el sistema de la ilustración que ambientará y representará el contenido. Además los trazos de la morfología se conformarán por curvilíneas de 0,25pt de grosor, con la misma finalidad de crear una sensación amable, libre de violencia. La cromática constará de una paleta saturada y vibrante que resalte en el fondo blanco que brindará aire. Además, como se mencionó anteriormente, será a base de colores planos tomados a partir de las plantas aromáticas elegidas y aplicadas a los distintos personajes para crear esta relación entre las plantas y las mujeres. Los trazos de las ilustraciones serán transparentes para que en el caso de superposición de dos elementos, este se visualice con el color del fondo.



Formato: 14.8cm x 19.3cm
 Márgenes: 2cm
 Margen interior: 2.4cm
 Medianil: 3mm
 4 columnas





2.5 PRUEBAS DE INTERACTIVIDAD

En esta fase se realizan las pruebas para las secciones en las que se trabajará con interacción que son: algunas ilustraciones con la tecnología de papel del libro lupa que consta del uso de papeles con transparencia; esta misma tecnología será aplicada a las tarjetas de yoga y para los ejercicios de collage de arteterapia que además serán acompañados de ejercicios para colorear y ejercicios de aromaterapia con la interactividad “raspa y huele” para desprender el aroma de las plantas aromáticas que se han empleado.

CONCLUSIÓN

Se inició el proceso de diseño con la fase de ideación, en la que se exploró la amplia variedad de la interactividad analógica, lanzando ideas que darían como resultado un producto atractivo y funcional para las usuarias. Se evaluaron las más factibles, incluyendo costos y principalmente el cumplimiento de los objetivos y se decidió implementar las tres finalistas para que en conjunto configuren el producto final. De esta manera se creó la estructura de lo que será el producto y se ha procedido con el proceso creativo para determinar los materiales, tipos de impresión, sistemas de diseño e ilustración y finalmente los ejercicios basados en la interacción. Cada uno de estos puntos girarán en torno a un mismo concepto que es la relación de las mujeres con las flores, enseñando el cuidado que pueden brindar las terapias holísticas con las que se están trabajando.



CAPÍTULO 4

1 PRODUCTO FINAL

A partir de la definición y elaboración de los sistemas que darán vida al producto editorial, se ha procedido a la aplicación de los mismos en el libro respetando las medidas del formato, márgenes, medianiles y columnas. En este punto se presentarán las hojas del contenido a manera de prototipo digital debido a que la situación por la que estamos atravesando a nivel mundial obliga a mantener distanciamiento social y ha dado lugar a que las distintas presentaciones sean digitalmente. Aquí se puede visualizar la interacción entre la tipografía y las ilustraciones dentro del espacio del papel, para asegurarnos de cumplir con el tono con el que queremos acercarnos a las usuarias.

i

i



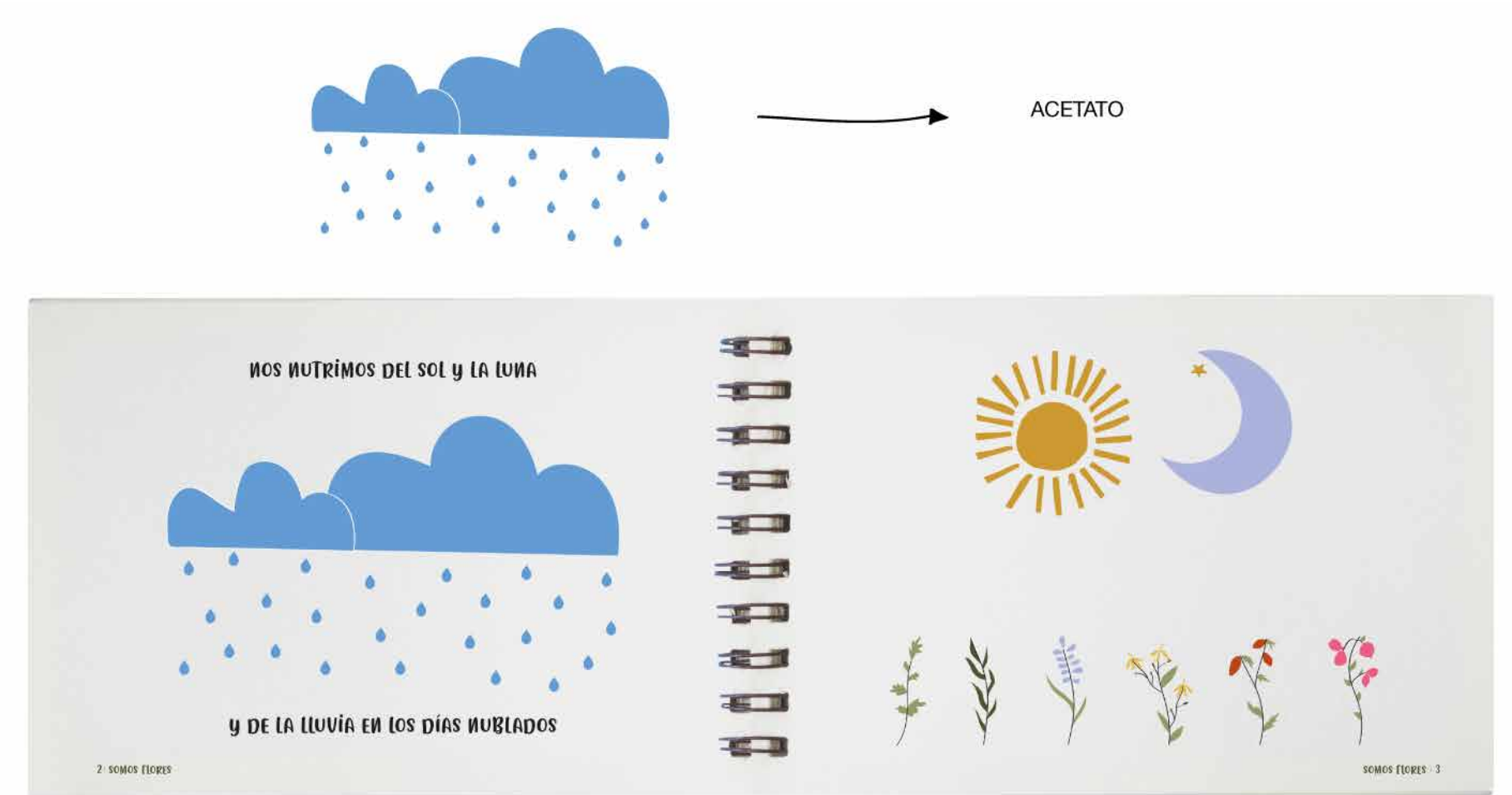
Empaque de libro, tarjetas y lápices de colores



Libro | Portada



Libro | Contraportada

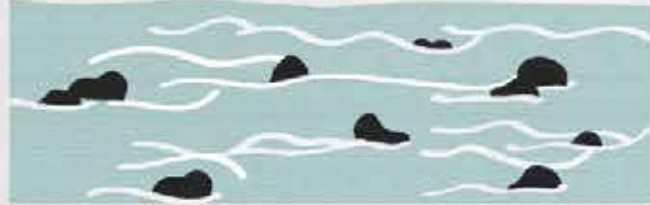




ACETATO

IMPORTANCIA DE CONOCERM MI MENTE

Para poder darme el cuidado que necesito, es importante conocer cómo está mi mente. Voy a imaginar que miro mi reflejo en el agua del río. Cuando el agua corre rápido, tiene piedras en la superficie y está sucia ¿puedo ver claramente mi reflejo? Ahora, si el agua está calmada y limpia, se siente ligera ¿puedo ver claramente mi reflejo? Lo mismo ocurre con mi mente; mientras más clara, limpia y liviana esté, podré entenderla mejor.



MI MENTE

MI MENTE



¿CÓMO ESTÁN LAS AGUAS DE MI MENTE?

Para mirar hacia mis adentros, solo debo cerrar mis ojos y me observo, me pregunto cómo me siento y me entiendo...

Tal vez mis aguas están corriendo muy rápido y no puedo ver claramente lo que estoy pensando. Tal vez mis preocupaciones o miedos son como piedras que interrumpen la corriente en mi mente. Tal vez la ira, el odio, la pereza están haciendo que mis aguas sean oscuras, pesadas y no permiten que fluya ligeramente.



¿CÓMO PUEDO CALMAR MI MENTE?

Ahora que entiendo lo que está pasando dentro de mí, puedo conectarme más aún con mi mente y mi cuerpo con la ayuda de los siguientes ejercicios. Podré lograr identificar que es lo que no me deja continuar con mi crecimiento; como las hojas secas de las plantas que deben ser podadas.

Mientras más los practique, será más fácil darme cuenta de qué es lo que debo podar en mí. Debo recordar que este será un tiempo en el que podré estar conmigo; para escucharme, abrazarme, llenarme de energía.



MI MENTE

IMPORTANCIA DE CONOCERM MI MENTE

Para poder darme el cuidado que necesito, es importante conocer cómo está mi mente. Voy a imaginar que miro mi reflejo en el agua del río. Cuando el agua corre rápido, tiene piedras en la superficie y está sucia ¿puedo ver claramente mi reflejo? Ahora, si el agua está calmada y limpia, se siente ligera ¿puedo ver claramente mi reflejo? Lo mismo ocurre con mi mente; mientras más clara, limpia y liviana esté, podré entenderla mejor.



MI MENTE

MI MENTE

¿ESTOY RESPIRANDO BIEN?

Esta pregunta suena loca porque en realidad nunca dejo de respirar, pero ¿qué tan consciente soy de ello? Para comprobarlo voy a llevar una mano al pecho y la otra sobre el ombligo;

1. Al inhalar siento como estas partes se inflan, como mi cuerpo se llena de aire.
2. Al exhalar, mi cuerpo va a soltar todo ese aire que estuvo dentro; mis pulmones y mi abdomen van a regresar a su posición original.

¡Es increíble cómo este ejercicio purifica mi cuerpo! Es por eso que es muy importante realizarlo en un lugar con aire fresco, la naturaleza siempre será una buena opción.



Voy a HACER ESTE EJERCICIO TODOS LOS DÍAS x10 VECES

He aprendido la respiración consciente y la puedo aplicar mas seguido en mi vida diaria. Una gran idea es probar esto con aromas naturales relajantes, que encontramos en la naturaleza por montones como: pétalos de flores, en las plantas para aguas aromáticas, el mismo bosque tiene un aroma incomparable a frescura. A continuación encontraré algunos de estos aromas.

Con esta simple acción de prestar atención a mi respiración, he aprendido a meditar. La meditación es lograr una concentración firme, en este caso se logra por medio de la respiración consciente.

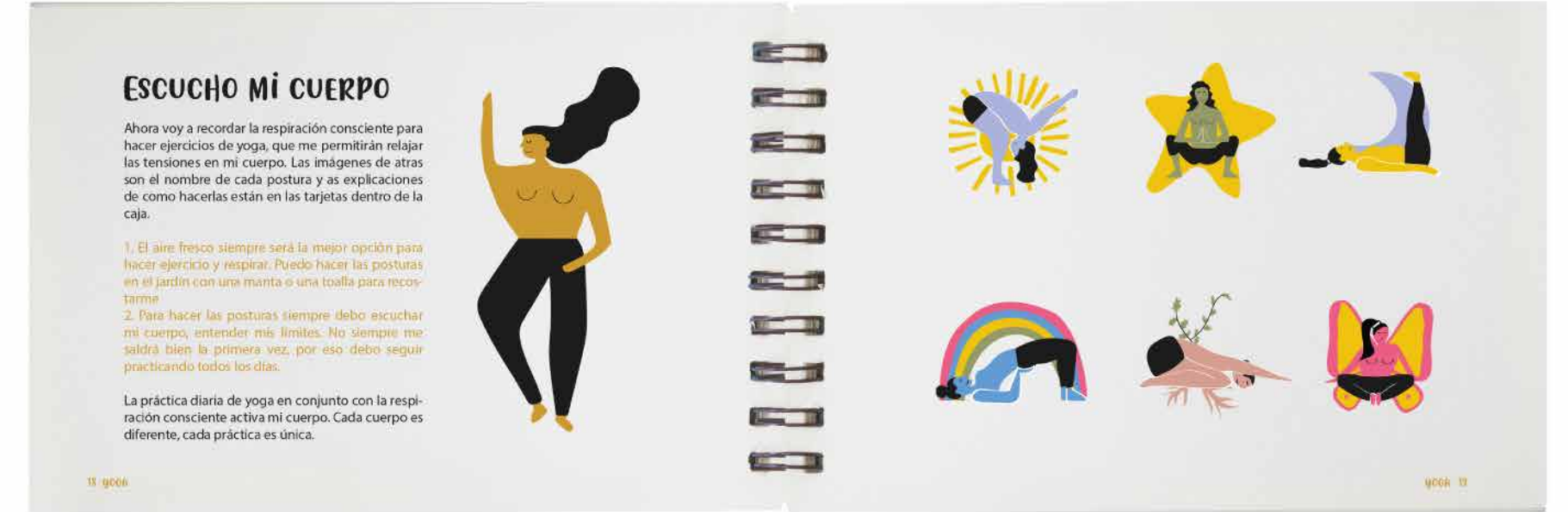
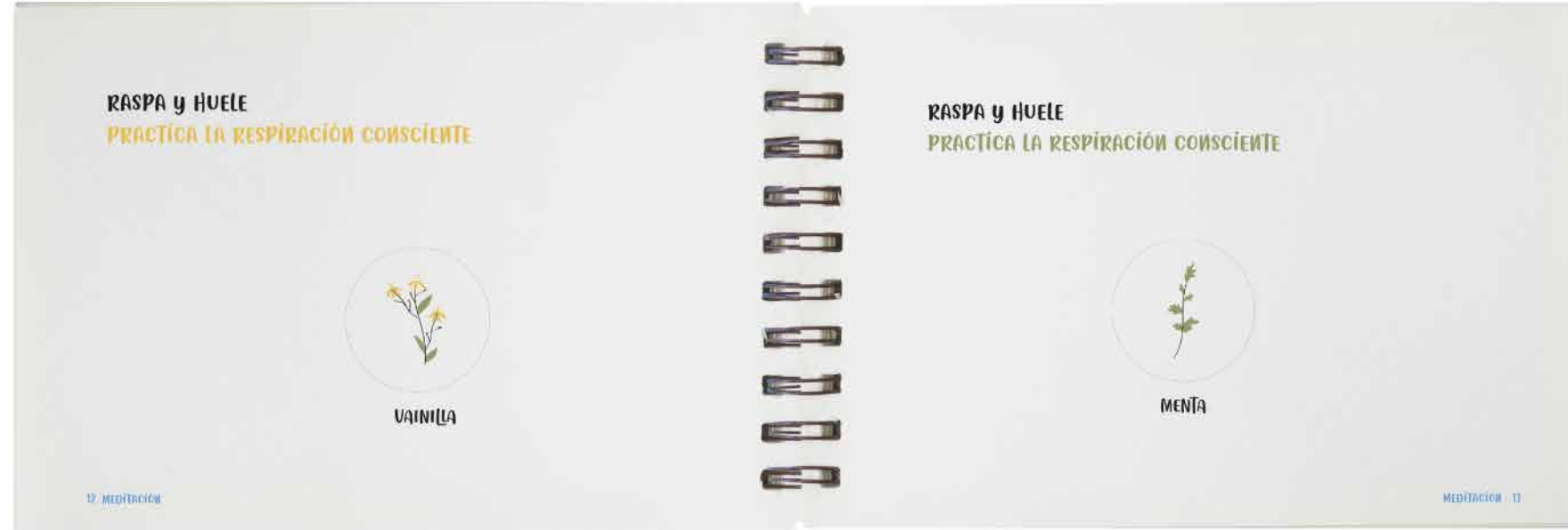


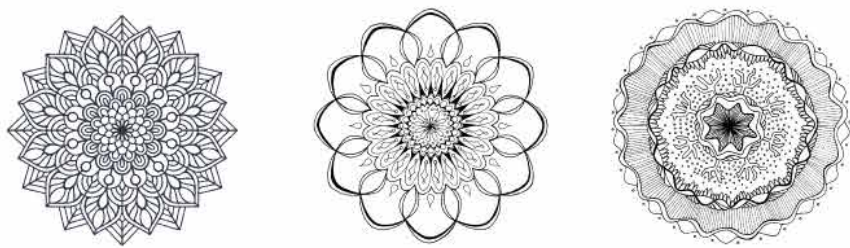
MI MEDITACIÓN

MI MEDITACIÓN

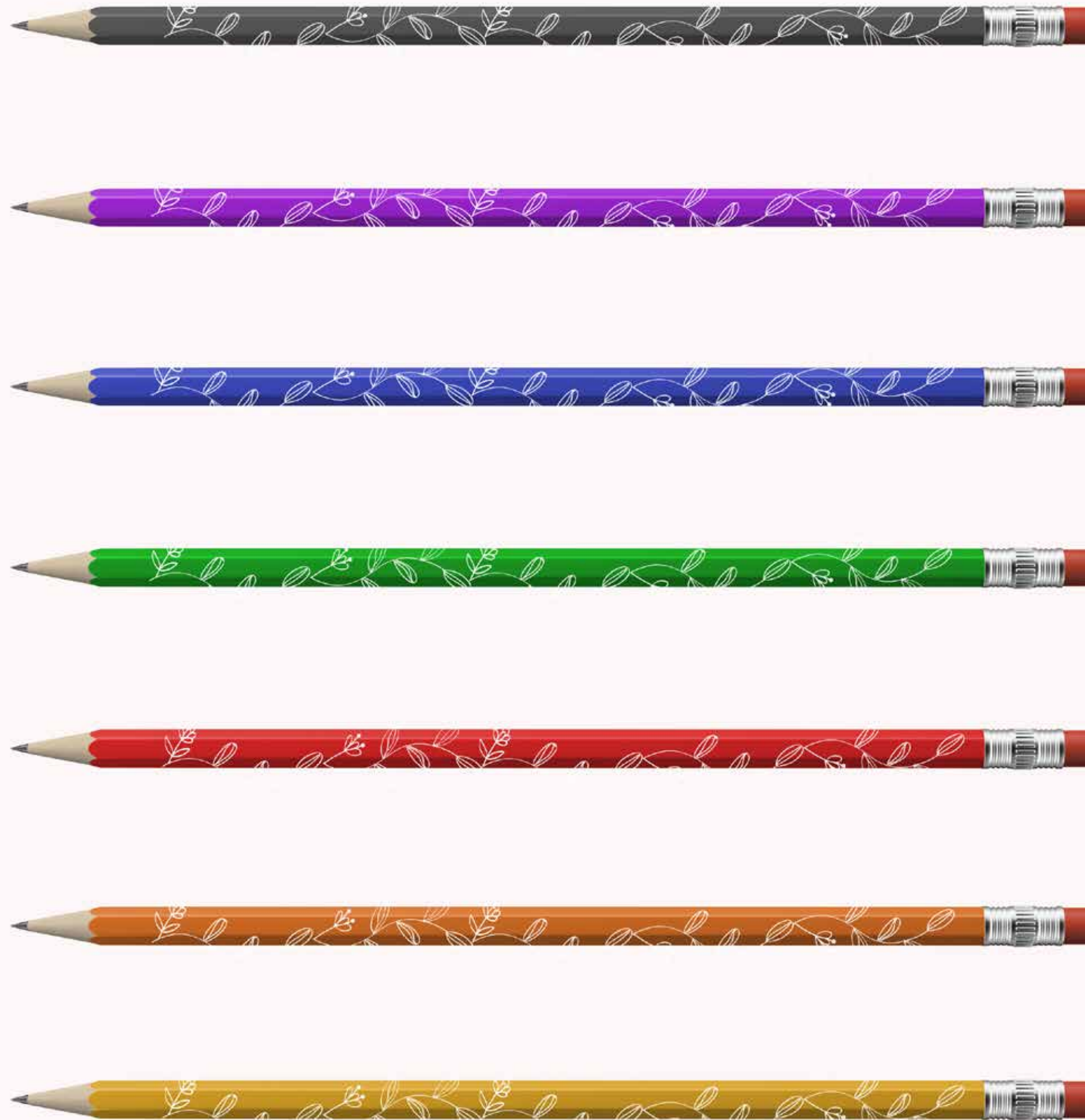


ACETATO





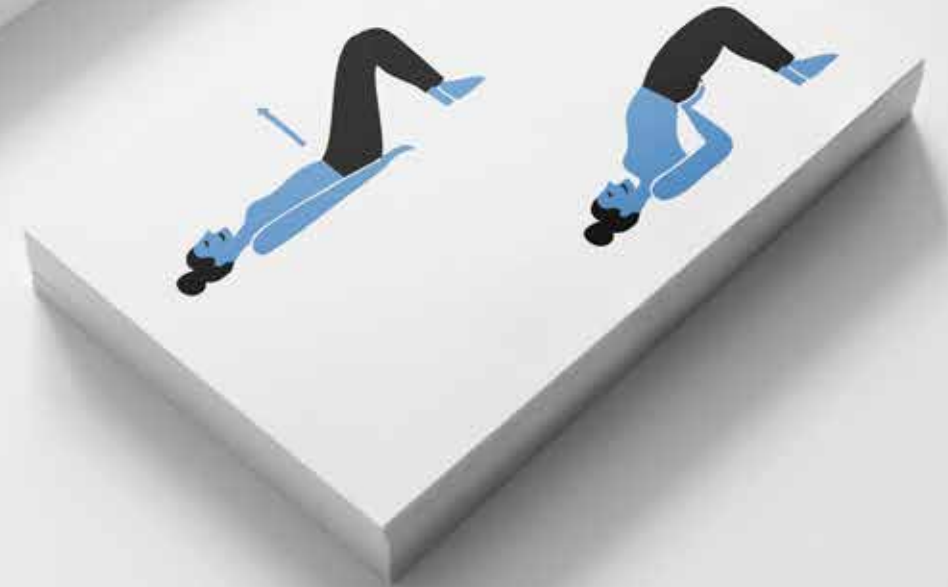
Mandalas obtenidos de @ThaneeyaMcArdle



Material auxiliar | Lápices de colores



ACETATO





2. VALIDACIÓN DE EXPERTAS

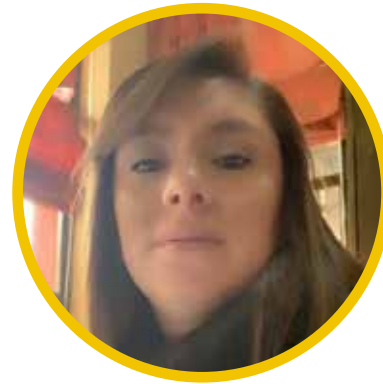
Ha sido indispensable realizar una primera validación con la directora y la psicóloga de la Casa María Amor, ya que ellas deben avalar toda información que reciban las mujeres acogidas. De igual forma se ha presentado la propuesta a las expertas en yoga, meditación y arteterapia para que se transmitan correctamente estas prácticas.

Dichas reuniones tuvieron lugar los días 4 y 5 de junio del año 2020, un año que ha revolucionado la manera de interactuar debido a la necesidad de tomar distanciamiento social con el fin de evitar el contagio del COVID-19. Este, es un virus que ha arrasado con la cotidianidad dando lugar a la era de Zoom, una aplicación que ha tomado gran fuerza por su servicio de crear reuniones a larga distancia a través de ordenadores, tablets o teléfonos inteligentes. Es por eso que se han realizado las reuniones por este medio y a continuación se describe la retroalimentación obtenida en cada una de ellas.





BLANCA PACHECO



LUISA CAÑIZARES

"ESTÁN ROMPIENDO CON LOS ESTEREOTIPOS DE CÓMO SE DEBE VER EL CUERPO DE UNA MUJER"

Blanca y Luisa hicieron especial énfasis en el desarrollo del sistema de la familia de personajes que guiarán a las usuarias a lo largo del producto, ya que no muestran los estereotipos culturales del cuerpo de una mujer. Se busca mostrar la belleza de la diversidad a través de la metáfora de la mujer y la flor para el proyecto, lo cual han encontrado que está bien logrado ya que la Casa de Acogida tiene como principio lograr un vínculo con la naturaleza en el proceso de sanación. En cuanto a los ejercicios e información, los encontraron comprensibles para que incluso ellas puedan acompañar a las usuarias en el desarrollo de esta herramienta. Finalmente sugirieron tomar en cuenta la diversidad de plantas para elegir el nombre que lleve el producto final.



FERNANDA AGUIRRE

"HAN CREADO UN PRODUCTO DE ARTE SANADOR"

Fernanda expresó que en sus años de experiencia dentro de esta problemática, no se ha encontrado con un producto de esta índole, en cuanto a las terapias que se están tratando y lo que se está comunicando en el contenido. Ella ha encontrado muy innovador que el diseño gráfico pueda colocar algo útil para mujeres reales. Las ilustraciones le han parecido sutiles y naturales, muy necesarios en una sociedad que impone estereotipos, teniendo la oportunidad de ser de gran ayuda para mujeres que viven en otros espacios y sufren esa violencia calladamente. Es por eso que ella ha sugerido reforzar la opción de realizar un lanzamiento con entidades que trabajen en el tema de violencia.



AUBREE JEANNE

"LAS POSTURAS QUE ELIGIERON SON EXCELENTES PARA IR HACIA ADENTRO Y CONECTARSE"

Con Aubree, la conversación fue más profunda en cuanto a las posturas de yoga, que fueron seleccionadas especialmente para que las mujeres logren relajarse mientras las practican en la naturaleza. A su parecer estas cumplen con el objetivo planteado en el área y además son ideales para principiantes en la práctica, que es el caso de las usuarias, con explicaciones claras y sencillas reflejadas en las ilustraciones. Además, afirma que el ejercicio de meditación mediante respiración consciente es ideal para complementar la práctica de yoga. En cuanto al resto del proyecto, ella encuentra muy conveniente el kit ya que contiene todo lo necesario para desarrollar los ejercicios e incluso cree que funcionaría con todas las mujeres independientemente de ser víctimas de violencia.



CLAUDIA POLO

"EL CREAR UNA RELACIÓN CON ELEMENTOS DE LA NATURALEZA ES MUY ENRIQUECEDOR"

Claudia ha encontrado la resolución del proyecto muy agradable para absorber la información. Las ilustraciones comunican de manera clara, sencilla y amorosamente lo que se quiere enseñar. Su trabajo se enfoca en la sanación y descubrimiento por medio de mandalas y expresa su gusto por la propuesta de crearlas en collage a partir de la exploración en la naturaleza, aparte de colorearlas que es la manera más común de ejercer esta terapia. Ella destaca la importancia de crear hábitos con estas prácticas, por lo que hemos concluido en invitar a las psicólogas de la Casa de Acogida a que incluyan los ejercicios en el día a día mientras acompañan el proceso de sanación de las mujeres.

3. VALIDACIÓN DE USUARIAS

Partiendo de la validación de las expertas, se ha procedido a que las usuarias exploren el producto de manera digital. Ha sido indispensable proceder de esta manera debido a las restricciones que han tomado en la Casa de Acogida, ya que deben ser aún más cautelosos con la propagación del COVID-19, pues protegen a distintas familias dentro de un mismo entorno. Sin embargo, las usuarias han tenido un acercamiento primario a la propuesta, en el que han podido relacionarse con el contenido del producto y explorar las actividades. Otro protocolo por parte de la Casa María Amor es mantener la confidencialidad de la identidad de las mujeres acogidas por cuestiones de seguridad, entonces el contacto ha sido intermediado por la psicóloga actual y de ello se han rescatado los siguientes comentarios.



USUARIAS

"ME GUSTA LA RELACIÓN QUE TIENE CON LA NATURALEZA PORQUE HE APRENDIDO A IDENTIFICARME CON ELLA"

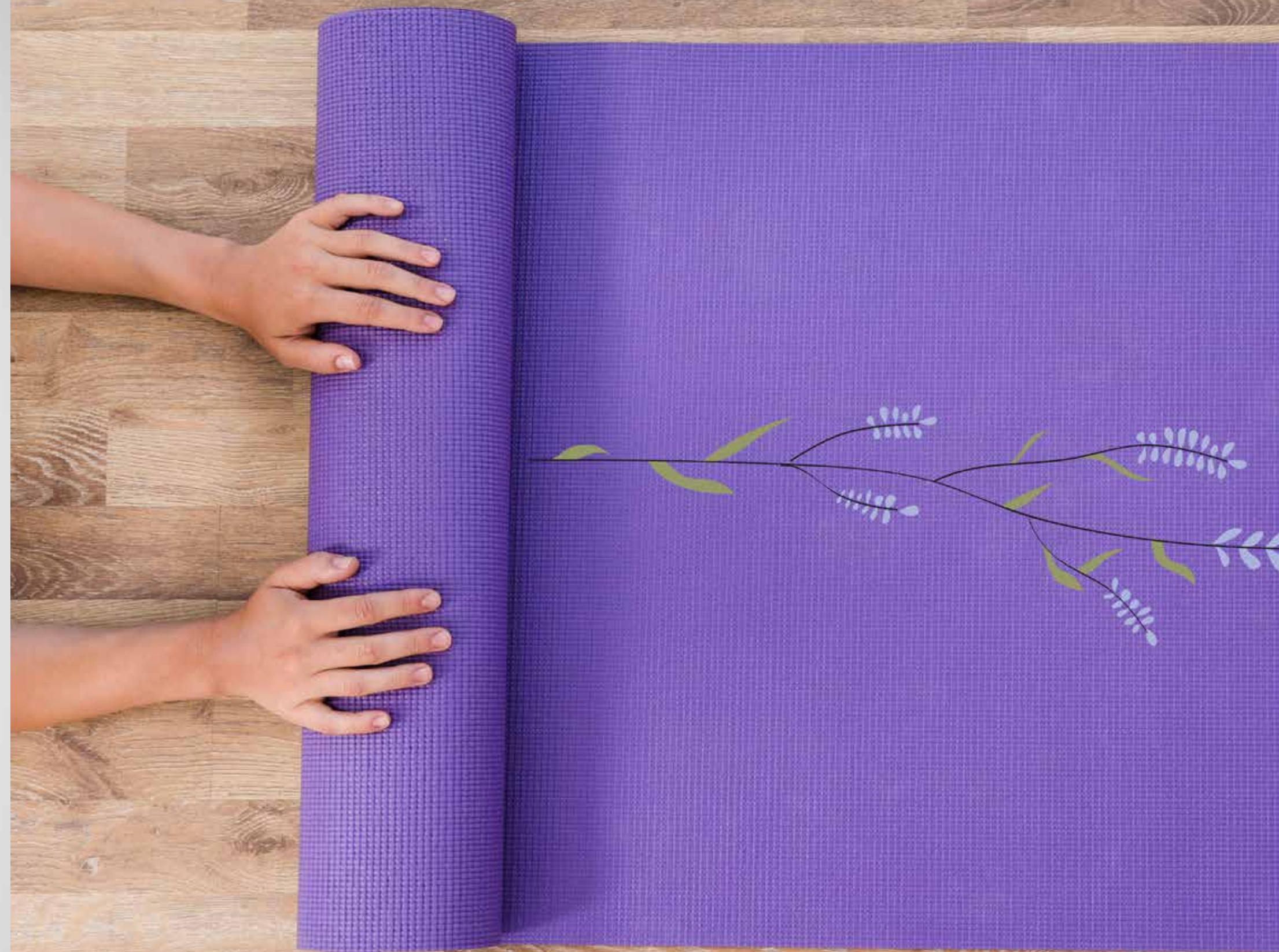
La reacción de las usuarias ha sido positiva ante el producto, con una buena impresión de la gráfica ya que es alegre y ligera a la vez. Afirman que los personajes brindan paz y provocan ganas de hacer los ejercicios. Lo que ha impactado, es el concepto del libro porque están rodeadas por naturaleza y encuentran agradable la idea de realizar ejercicios al aire libre. También han probado el ejercicio de respiración y comentan que es complicado mantener la concentración en la respiración consciente, pero dentro del libro se explica la necesidad de la constancia para sentirse cada vez mejor con la ayuda de los ejercicios.

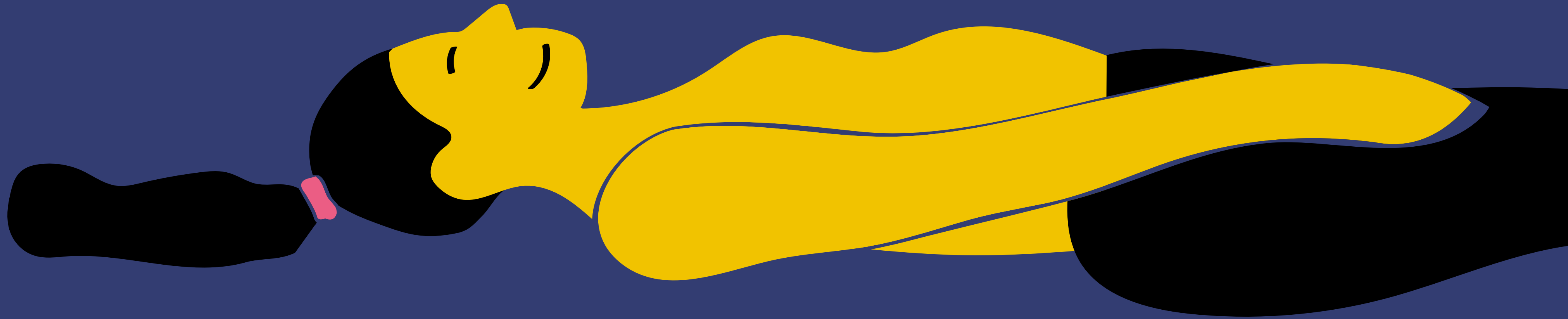
CONCLUSIÓN

Dentro de la fase final ha sido de mucha ayuda el realizar una validación con las expertas para asegurar que el tono y la información se están transmitiendo correctamente. Además el prototipo digital ha permitido explorar un primer contacto con las usuarias, teniendo una visión más clara sobre el producto para una toma de decisiones adecuadas en el caso de que se llegue a producir de manera análoga en un futuro y sea una herramienta efectiva de sanación para mujeres.

APLICACIONES GENERALES







CONCLUSIONES

Como conclusión del proyecto, se puede evidenciar que un producto editorial interactivo si puede funcionar como herramienta de aprendizaje y que además es un contenedor de información poderosa que no solo enseña, sino motiva a quienes lo consuman. Es importante partir de bases sólidas, por medio de la recopilación de información bibliográfica y de campo, además de un análisis de productos similares para poder establecer una idea de lo se necesita para armar el producto de la forma más acertada, logrando plasmar los objetivos propuestos desde el inicio del proceso.

Con las bases del producto establecidas, se debe proceder a conocer más a detalle a quienes serán los usuarios del mismo. Al poseer esta información, las decisiones sobre los partidos de diseño son más claras ya que brinda enfoques específicos que se deben cumplir. En este punto también se puede definir la forma de financiar y comercializar la propuesta, lo cual es de gran importancia para tomar en cuenta los costos y realizar elecciones convenientes.

Por consiguiente, la configuración del producto comienza a tomar forma, para continuar con la elaboración de los bocetos hasta el resultado final de las ilustraciones. Estas deben comunicar claramente el concepto que encamina el producto en general, siempre yendo de la mano con los textos y el estilo tipográfico para crear un contenido efectivo, valioso y atractivo. Hasta este punto, se puede asegurar que el trabajo en pareja es muy conveniente, asignando las tareas de acuerdo a las fortalezas de cada integrante y siempre buscando aportar en el otro, de esta manera el trabajo fluye de manera complementaria.

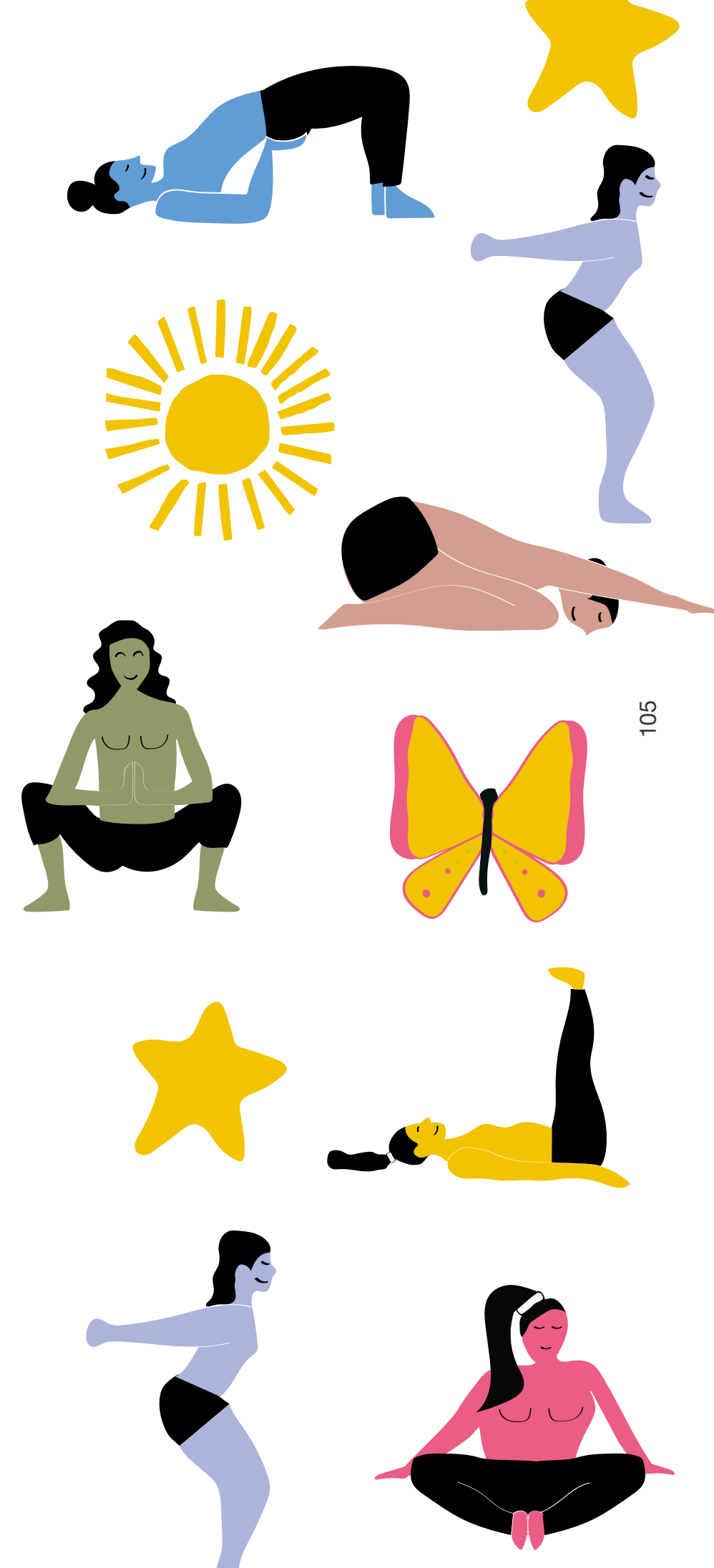
Un suceso importante de la historia ha intervenido en medio de la elaboración del proyecto, en el que el aislamiento por causa de un virus no ha impedido el trabajo conjunto, con la ayuda de los medios de comunicación electrónicos. Además han permitido realizar las respectivas reuniones con las expertas para presentarles la propuesta y escuchar su punto de vista. Con ello se confirma que la información visual creada es correcta ya que se pudo notar el rompimiento de estereotipos dentro de los personajes que explican el contenido. También fue de gran ayuda ya que se recibieron sugerencias para la configuración final del producto y que en un futuro pueda ser impreso en un prototipo análogo y finalmente entregado a las usuarias, quienes gozarán del mismo dentro de la Casa María Amor.



RECOMENDACIONES

Este ha sido un proceso de enseñanza en cuanto al trabajo en equipo, aprendiendo a identificar las fortalezas de cada integrante mediante un diálogo abierto y de confianza. Es por eso se recomienda trabajar de este modo, siempre y cuando la comunicación sea clara y precisa. Además, como se ha mencionado anteriormente, el distanciamiento social a causa de la pandemia que intervino a inicios del año, tal vez provocó ciertas limitaciones pero el trabajo pudo continuar su rumbo sin problema con la ayuda de los avances tecnológicos. La herramienta de Google Drive ha sido de gran apoyo para un seguimiento adecuado en pareja, mantenido el orden de la información visible para las dos autoras; también la aplicación Zoom ha tomado gran presencia ya que ha permitido realizar todas las reuniones requeridas.

El crear un producto que tiene una finalidad específica y que va a ser consumido por un grupo de personas, impulsa a que el resultado final sea completo y funcional. Para ello se recomienda comenzar con una problemática bien establecida que sea resuelta por medio del diseño gráfico. A continuación, cada paso irá construyendo el producto poco a poco y con una investigación previa bien realizada, se pueden tomar las decisiones adecuadas. El tiempo se debe aprovechar al máximo, sin acelerar el proceso, para ello, se debe ir resolviendo cada parte del mismo a conciencia y a lo largo del camino todo se irá integrando hasta llegar al producto final.





BIBLIOGRAFÍA

OMS. (2020). Violencia. Obtenido de Organización Mundial de la Salud: <https://www.who.int/topics/violence/es/>

INEC. (2011). Encuesta Nacional de Relaciones Familiares y Violencia de Género. Obtenido de INEC: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/sitio_violencia/presentacion.pdf

Krug, E. (2014). La violencia puede afectar a cualquiera. Obtenido de Organización Mundial de la Salud: <https://www.who.int/es/news-room/commentaries/detail/violence-can-affect-anyone>

OMS. (2013). Comprender y abordar la violencia contra las mujeres. Obtenido de Organización Mundial de la Salud: <https://www.paho.org/hq/dmdocuments/2014/20184-Concecuencias.pdf?ua=1>

Acogida, R. N. (2012). Modelo de Atención de Casas de Acogida para Mujeres que Viven Violencia. Quito: Graphus.

NCCIH. (2019). Integrative Health. Obtenido de National Center for Complementary and Integrative Health: <https://nccih.nih.gov/health/integrative-health>

NCCIH. (2011). ¿Qué es medicina complementaria y alternativa? Obtenido de National Center of Complementary and Integrative Health.: <https://nccih.nih.gov/sites/nccam.nih.gov/files/informaciongeneral.pdf>

NCCIH. (2019). Yoga: What You Need To Know. Obtenido de National Center of Complementary and Integrative Health: <https://nccih.nih.gov/health/yoga/introduction.htm>

SRF. (2020). Glosario. Obtenido de Self Realization Fellowship: <https://www.yogananda-srf.org/tmp/about.aspx?id=222&langty-pe=1034>

Satchidananda, S. (2013). Los Yoga Sutras de Patánjali. Obtenido de Integral Yoga Publications.

Surf, P. (2016). Introducción a los 8 pasos del yoga, según Patánjali. Obtenido de Pijama Surf: https://pijamasurf.com/2016/08/introduccion_al_octuple_sendero_del_yoga_segun_patanjali/

NCCIH. (2010). Exploring the power of meditation. Obtenido de National Center for Complementary and Integrative Health: <https://nccih.nih.gov/about/offices/od/2010-06.htm>

Davidson, D. R. (2017). Meditation: Origins and Traditions. (J. Briggs, Entrevistador). Obtenido de NCCIH: <https://www.youtube.com/watch?v=QHILscdegL8>

NHS. (2020). Art Therapy. Obtenido de National Health Service - West London: <https://www.westlondon.nhs.uk/patients-and-carers/treatments/art-therapy/>

Cohen, M. A. (2018). Creativity and Recovery: The Mental Health Benefits of Art Therapy. Obtenido de rtor.org: <https://www.rtor.org/2018/07/10/benefits-of-art-therapy/>

Widmer, K. (2013). Mandalas y Arteterapia. Obtenido de Espacio Humano: <https://espaciohumano.com/mandalas-y-arteterapia/>

RAE. (2020). Diccionario de la lengua española. Obtenido de Real Academia Española: <https://dle.rae.es/aprendizaje?m=form>

Bandura, A. (1977). La Teoría del Aprendizaje. Obtenido de Psicoactiva: <https://www.psicoactiva.com/blog/la-teoria-del-aprendizaje-social-bandura/>

CASEL. (2019). What is SEL? Obtenido de CASEL: <https://casel.org/what-is-sel/>

Barrón, J; Flores, S; Ruiz, J & Terrazas, S. (2010). Autodidactismo: ¿Una alternativa para una educación de calidad? Obtenido de Research Gate: https://www.researchgate.net/publication/277265660_Autodidactismo_Una_alternativa_para_una_educacion_de_calidad

Wojnar, I. (2003). Maurice Debesse (1903-1998) . Obtenido de UNESCO: Oficina Internacional de Educación: <http://www.ibe.unesco.org/sites/default/files/debesses.pdf>

Cerdá, S. (2018). Historia del Diseño Editorial Ilustrada. Obtenido de Rayitas Azules: <https://www.rayitasazules.com/historia-del-diseno-editorial-ilustrada/>

Zapaterra, Y & Cadwell, C. (2014). Diseño Editorial Periódicos y Revistas (Nueva edición). En Y. Z. Cadwell, Diseño Editorial Periódicos y Revistas (Nueva edición). (pág. 10). Barcelona: Gustavo Gili.

Moles, A. (1990). Introducción al grafismo funcional. En A. M. Janiszewski, Grafismo Funcional - Enciclopedia del Diseño (págs. 9-13). Barcelona : CEAC, SA.

Bhaskaran, L. (2006). ¿Qué es el diseño editorial? Barcelona: RotoVision SA.

Karp, A. (1985). 101 reglas para el diseño de libros (1era ed, pág 9). Leipzig: Empresa Editoriales de Cultura y Ciencia.

Escovar, M. (2018). ¿Interactividad en los libros impresos de literatura infantil? Obtenido de Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura: <https://cerlalc.org/es-posible-pensar-la-interactividad-como-un-elemento-narrativo-en-los-libros-impresos-de-literatura-infantil/>

Literatura, S. (2016). Libros Pop-up. Obtenido de Literatura SM: <https://es.literaturasm.com/somos-lectores/libros-pop>

Brignone, M. (2014). Hacia la analogización de lo digital. Obtenido de MAESTRÍA DISEÑO COMUNICACIONAL FADU • UBA: <https://maestriadicom.org/articulos/hacia-la-analogizacion-de-lo-digital/>



Abstract of the project

17

Title of the project Design of an interactive editorial product for learning holistic treatments for women victims of gender violence

Project subtitle

Summary:

According to the World Health Organization -WHO-, the physical and mental consequences on women's health who have been victims of gender violence can persist for a long time. The purpose of this project is to help in the integral development of these women. To this end, we have created an editorial graphic product that contains interactive exercises in art therapy, meditation and yoga. In addition, the users stay in foster homes where they do not have access to digital media, which limits the physical nature of the proposal to analog elements. This product is expected to be a tool to help victims of violence overcome acquired trauma.

Keywords Graphic design, book, analog, self-care, femininity, yoga, meditation, art therapy, mental health

Student MARMOLEJO ESPINOZA SAMANTHA CAROLINA

C.I. 0105005854 **Código:** 81600

Student NEIRA ÁLVAREZ MARÍA BELÉN

C.I. 0104087028 **Código:** 83258

Director Alarcón Morales Jhonn Manuel

Codirector:

Para uso del Departamento de Idiomas >>>

Revisor:

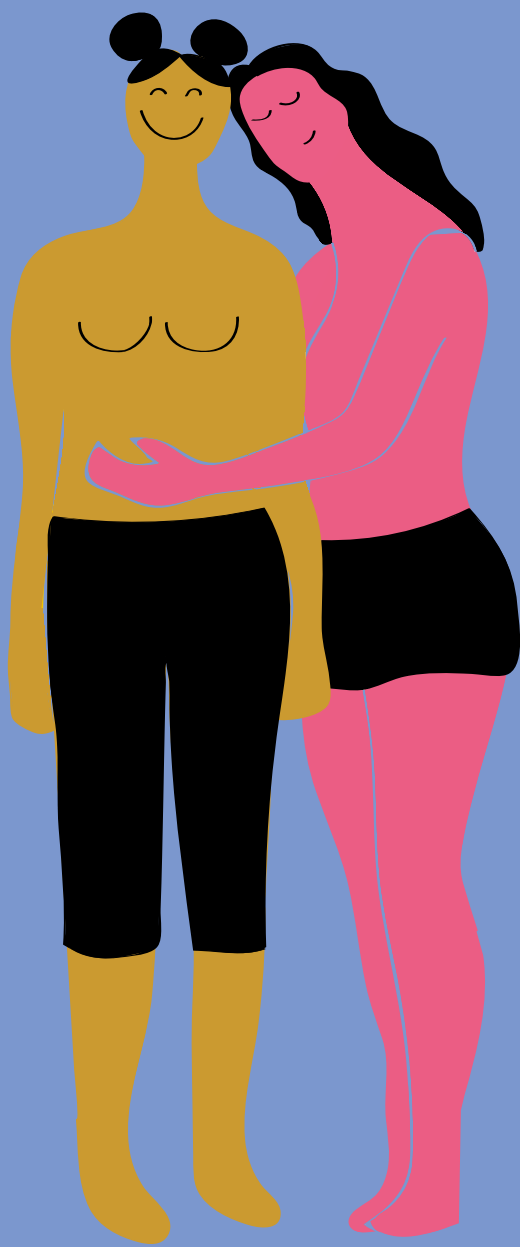
apellidos_nombres

N°. Cédula Identidad

0102603677







HEIDYS